



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ZEBI WIRANDA

NIM: 11771101506

PRODI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi SI Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Disusun Oleh :

ZEBI WIRANDA

NIM: 11771101506

PRODI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2021



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

: ZEBI WIRANDA
 : 11771101506
 : MANAJEMEN PEMASARAN
 : SI MANAJEMEN
 : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 : VIII (DELAPAN)
 : PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN
 TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN
E-COMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG
 BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI
 KOTA PEKANBARU

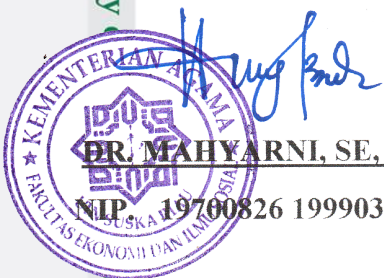
DISETUJUI OLEH
 DOSEN PEMBIMBING

RIKI HANRI MALAU, SE, MM
 NIP. 1971012 42007011 020

MENGETAHUI

DEKAN

KETUA PRODI MANAJEMEN



DR. MAHYARNI, SE, MM
 NIP. 19700826 199903 2 001

FAKHRURROZI, SE, MM
 NIP. 19670725 200003 1 002

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University

Kasim Ri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ZEBI WIRANDA
 NIM : 11771101506
 KONSETRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU.
 TANGGAL UJIAN : 08 JULI 2021

PANITIA PENGUJI KETUA

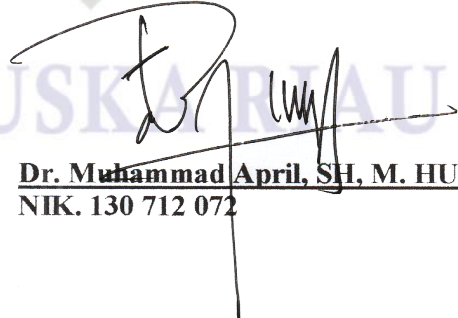

Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si
 NIP. 19790101 200710 1 003

MENGETAHUI

PENGUJI I

PENGUJI II


Dr. Doni Martias, SE, MM
 NIP. 19760306 200710 1 004


Dr. Muhammad April, SH, M. HUM
 NIK. 130 712 072

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU

ZEBI WIRANDA
NIM: 11771101506

Tujuan penelitian ini mengetahui apakah kualitas website dan kepercayaan berpengaruh terhadap pembelian ulang pada pelanggan Shopee. Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat di Kelurahan Tangkerang Barat, Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa baik secara parsial dan simultan kualitas website dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang pada pelanggan e-commerce Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Sementara nilai adjust R Square sebesar 0,725 menjelaskan bahwa simultan kualitas website dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang pada pelanggan e-commerce Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat sebesar 72,5% sementara 27,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Website, Kepercayaan Dan Pembelian Ulang.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ta'fiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program studi Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Ibu Prof. Dr. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si.Ak, CA selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Hj. Juliana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. Amrul Muzam, S.Hi, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Ketua Prodi dan Ibu Astuti Meflinda SE, MM selaku Sekretaris Prodi SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Riki Hanri Malau SE,MM selaku Pembimbing Proposal dan Skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran-saran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak Ferizal Rachmad, SE,MM selaku Penasehat Akademis saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan.
8. Terima kasih kepada Bapak Lurah dan Seluruh Staf Kelurahan Tangkerang Barat yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9 Orang tua saya Ibunda Raidarlis, Kakakanda Resti, Andes, Arivon dan Adek saya Rahmat Fadil yang tiada henti-hentinya mendo'akan, memberikan dorongan berbentuk moril maupun berbentuk materil selama menempuh pendidikan di Kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10 Seluruh teman-teman lokal D S1 Manajemen angkatan 2017 dan seluruh teman-teman lokal A konsentrasi Manajemen Pemasaran angkatan 2017. Sahabat dan orang terdekat penulis, yaitu Vita Ulya Afifah , Salman , Galuh Diah, Muftia ,Desi, Mawaddah dan Rivel yang telah menemani dan selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari Skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 19 Juni 2021

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

ZEBI WIRANDA
NIM : 11771101506

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian.	10
1.4 Rencana Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Kualitas Website.....	14
2.3 Kepercayaan	19
2.4 Pembelian Ulang	23
2.5 Pandangan Islam.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Kerangka Pemikiran dan Operasional Variabel	33
2.7.1 Kerangka Pemikiran	33
2.7.2 Operasional Variabel	34
2.8 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.2 Jenis dan Sumber Data	39
3.2.1 Jenis Data.....	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3.2.2	Sumber Data	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1	Angket (<i>Questionnaire</i>)	41
3.4	Skala Pengukuran	42
3.5	Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1	Populasi	43
3.5.2	Sampel	43
3.6	Definisi Operasional	46
3.7	Teknik Analisis Data	47
3.8	Uji Kualitas Data	48
3.8.1	Uji Validitas	48
3.8.2	Uji Reliabilitas	49
3.9	Uji Asumsi Klasik	49
3.9.1	Uji Normalitas	50
3.9.2	Uji Multikolinieritas.....	50
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.9.4	Uji Autokorelasi	51
3.10	Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.11	Uji Hipotesis Penelitian	52
3.11.1	Uji F (Uji Koefisien regresi secara keseluruhan)	53
3.11.2	Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)	53
3.11.3	Koefisien Determinasi.....	54
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN		55
4.1	Sejarah Tangkerang Barat	55
4.2	Kependudukan di Kelurahan Tangkerang Barat	56



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

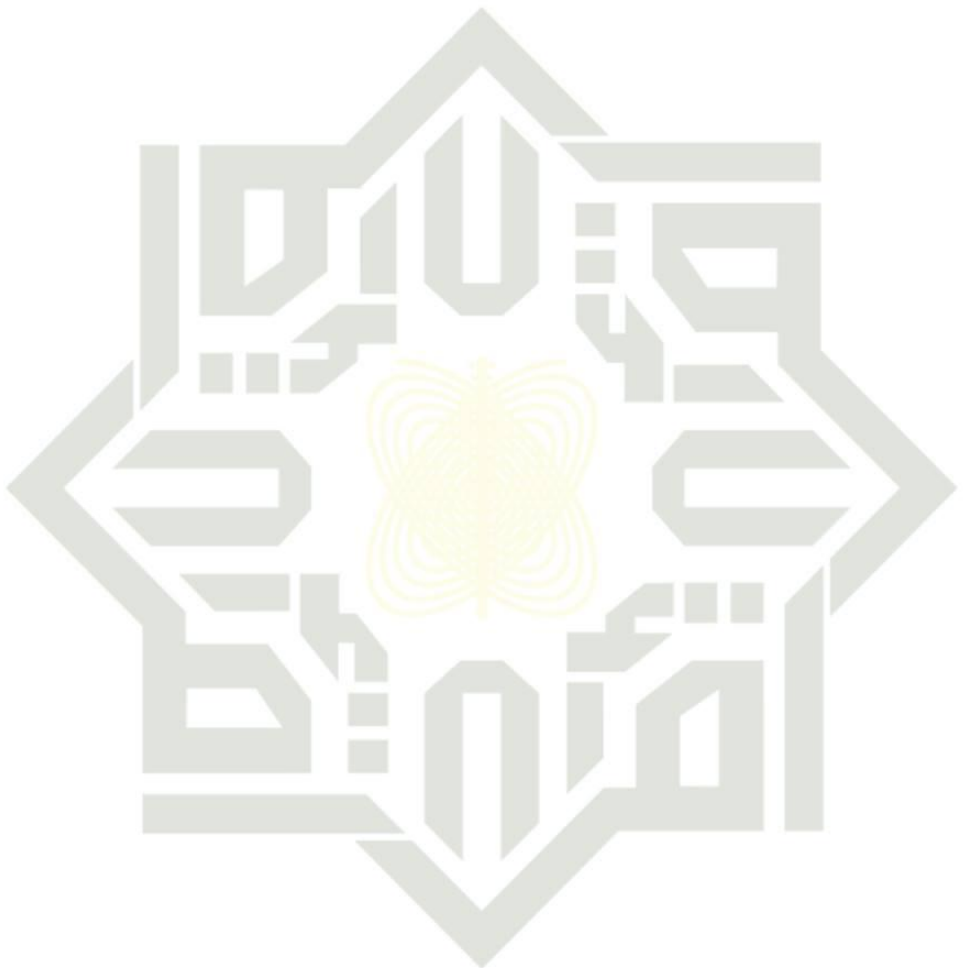
4.3	Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur	57
4.4	Struktur Pemerintahan Kelurahan Tangkerang Barat.....	58
4.5	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.5.1	Profil Singkat Shopee.....	58
4.5.2	Logo Perusahaan	61
BAB V	Karakteristik Responden	62
5.1.1	Responden Berdasarkan Usia Responden.....	62
5.1.2	Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	63
5.1.3	Responden Berdasarkan Frekuensi Lamanya Menjadi Pelanggan Shopee	64
5.2	Analisis Deskriptif	64
5.2.1	Variabel Kualitas Website.....	64
5.2.2	Variabel Kepercayaan	66
5.2.3	Variabel Pembelian Ulang	67
5.3	Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	69
5.3.1	Uji Validitas	69
5.3.2	Uji Reliabilitas	71
5.4	Uji Normalitas Data.....	72
5.5	Uji Asumsi Klasik	74
5.5.1	Uji Multikolinieritas.....	74
5.5.2	Uji Autokorelasi	76
5.5.3	Uji Heteroskedastisitas	77
5.6	Analisis Data Penelitian.....	78
5.7	Pembahasan	84



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	87



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perbandingan Pelayanan Yang Ditawarkan Oleh Marketplace	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2	Definisi dan Konsep Oprasional Variabel Penelitian	36
Tabel 3.1	Skala Pengukuran	43
Tabel 3.2	Definisi Operasional	46
Tabel 3.3	Tingkat Hubungan Variabel	55
Tabel 4.1	Data Kependudukan Kelurahan Tangkerang Barat	57
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur	58
Tabel 5.1	Jumlah Responden Berdasarkan Usia Responden	63
Tabel 5.2	Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	64
Tabel 5.3	Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Lamanya Menjadi Pelanggan Shopee	65
Tabel 5.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Website	66
Tabel 5.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan	67
Tabel 5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pembelian Ulang	69
Tabel 5.7	Uji Validitas Angket	70
Tabel 5.8	Uji Reliabilitas	72
Tabel 5.9	Uji Multikolinieritas	76
Tabel 5.9	Uji Autokorelasi	77
Tabel 5.10	Uji Regresi Linier Berganda	79
Tabel 5.11	Uji Secara Parsial (Uji T)	82
Tabel 5.12	Uji Secara Simultan (Uji F)	83
Tabel 5.13	Uji Koefisien Determinasi	84



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Marketplace Indeks Tahun 2019	2
Gambar 1.2 Tanggapan Responden atas Kualitas Website dan Kepercayaan mempengaruhi Pembelian Ulang Pada pelanggan E-commerce Shopee Di Kelurahan Tangkerang Barat, Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	34
Gambar 4.1 Beranda Website Shopee	61
Gambar 4.2 Logo Shopee	62
Gambar 5.1 Uji Normalitas Histogram	74
Gambar 5.2 Uji Normalitas Garis Plot	74
Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas	78



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era industri 4.0, merupakan zaman di mana penggunaan teknologi di berbagai bidang semakin banyak digunakan. Hal ini secara langsung mengubah pola hidup masyarakat dari tingkah laku tradisional menjadi lebih modern. Saat ini masyarakat cenderung memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi daripada melakukannya dengan cara konvensional seperti mendatangi tempat perbelanjaan.

Saat ini masyarakat Indonesia sudah cenderung memanfaatkan teknologi dalam berbagai bidang seperti bidang komunikasi, pelayanan transportasi, hingga layanan perbelanjaan. Salah satu layanan internet yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu *e-commerce* atau pusat berbelanja *online*. Hal ini bersamaan dengan tingkah laku masyarakat Indonesia suka berbelanja.

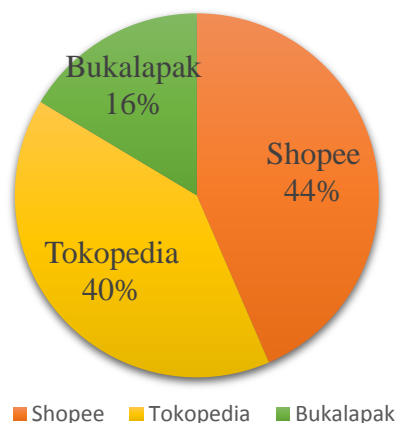
Aplikasi *e-commerce* atau pusat berbelanja online saat ini sudah banyak berkembang dan memiliki berbagai macam pasar. Menurut data iprice.co.id *Marketplace* yang sering dikunjungi oleh konsumen yaitu sebagai berikut:



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1
Marketplace Indeks Tahun 2019



Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Dari Gambar diatas, dapat dilihat bahwa shopee menduduki tingkat pertama yang persentase angka 44% disusul tokopedia dengan persentase 40% dan bukalapak dengan 16% . Dari penejelasan tersebut diketahui bahwa *Marketplace* yang sering dikunjungi oleh para pengunjung yaitu shopee.

Shopee merupakan *marketplace* yang paling diminati oleh masyarakat karena paling banyak pengunjungnya dan konsumennya banyak yang berniat untuk melakukan pembelian ulang.

Faktor yang menjadi kunci pada penjualan online diperoleh dari adanya persepsi konsumen dari segi kualitas *website*, dan kepercayaan konsumen yang berdampak positif untuk mempengaruhi pembelian ulang. Menurut (Griffin, 2005) ialah perilaku dari konsumen yang memberikan reaksi yang positif terhadap kepercayaan dari suatu produk dan konsumen tersebut berniat untuk mengunjungi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kembali atau membeli produk dari perusahaan tersebut. Konsumen yang telah mendapatkan pengalaman positif setelah pembelian suatu produk, maka konsumen tersebut akan percaya dan akan kembali untuk melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee.

Berikut ini merupakan data perbandingan pelayanan yang ditawarkan dari berbagai *marketplace* di Indonesia adalah berikut ini :

Tabel 1.1

Data Perbandingan Pelayanan Yang Ditawarkan Oleh Marketplace







						
Good reputation	14.8%	13.0%	12.9%	13.7%	10.9%	14.3%
Cheaper product price	6.5%	15.1%	11.0%	13.5%	18.0%	13.3%
More product selection	6.5%	14.6%	5.2%	11.3%	13.0%	16.8%
Authentic products	13.9%	3.9%	19.5%	7.2%	4.2%	4.3%
Good customer service	12.0%	8.9%	5.2%	6.5%	7.7%	8.8%
Fast delivery	7.4%	6.0%	8.6%	10.0%	7.6%	5.8%
Free delivery	13.0%	6.8%	14.8%	10.6%	18.4%	3.2%
Easy return policy	6.5%	5.7%	2.9%	5.4%	4.5%	5.3%
Easy navigation on site	4.6%	7.0%	3.3%	3.8%	3.5%	9.3%
More payment options	9.3%	8.9%	11.0%	13.4%	5.3%	8.4%
Better mobile app	4.6%	9.6%	5.7%	4.4%	6.8%	9.4%
Loyalty program	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
More promo	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.9%
More secure	0.0%	0.3%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%

Figure 4: Reasons why shoppers prefer certain online platforms over others; *ecommerceIQ E-Marketplace Indonesia Survey*

Sumber : www.ecommerceiq.asia

Berdasarkan data pada table 1.1 yang diperoleh dari data *ecommerceiq.asia* sesuai dengan perbandingan factor penilaian konsumen terhadap *marketplace*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan data yang diperoleh dinyatakan bahwa Shopee memberikan pelayanan yang baik dibandingkan dengan marketplace lainnya, Shopee mempunyai prosentase paling banyak diantara yang lainnya sebesar 18 persen. Selain harga, pelayanan Shopee yang menjadi keunggulannya dibandingkan yang lain yaitu Shopee memberikan pelayanan berupa gratis ongkos kirim produk yang lebih banyak dibandingkan dengan yang lain, dengan presentasi sebesar 18,4 persen. Dengan ini maka, membuat konsumen banyak yang berniat untuk membeli ulang karena sudah percaya dengan Shopee.

Hal tersebut juga terjadi pada masyarakat di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, yang mana merupakan lokasi dari penelitian ini. Dimana Kelurahan Tangkerang Barat ini terletak di tengah Kota Pekanbaru, dan memiliki jumlah 26.130 penduduk yang bersumber dari data agregat kependudukan (**Disdukpenkapil Kota Pekanbaru, 2020**)

Untuk mengetahui tanggapan responden atas Kualitas Website dan Kepercayaan mempengaruhi Pembelian Ulang Pada pelanggan E-commerce Shopee Di Kelurahan Tangkerang Barat, Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru, maka penulis menyebarkan kusioner melalui media Google Form kepada 30 orang responden. Dimana alternatif ini dianggap sangat efektif dan cepat untuk mengetahui tanggapan dari responden terhadap kusioner awal pra survei tersebut dapat dilihat pada diagram *chart pie* berikut ini:



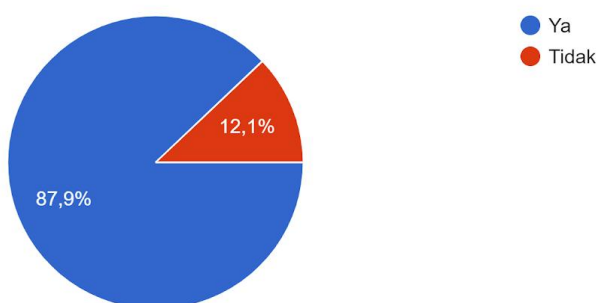
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.2

Tanggapan Responden Atas Kualitas Website Dan Kepercayaan Mempengaruhi Pembelian Ulang Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tangkerang Barat, Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru.

Apakah anda pengguna shopee
33 tanggapan



Sumber: Data Diolah 2021

Pada pertanyaan pertama, penulis menanyakan kepada subjek, apakah subjek yaitu orang - orang menggunakan Shopee atau tidak. Dilihat dari hasil diagram chart diatas dari 33 responden, 87,9% menjawab menggunakan Shopee sedangkan 12,1% menjawab tidak menggunakan Shopee.

UIN SUSKA RIAU

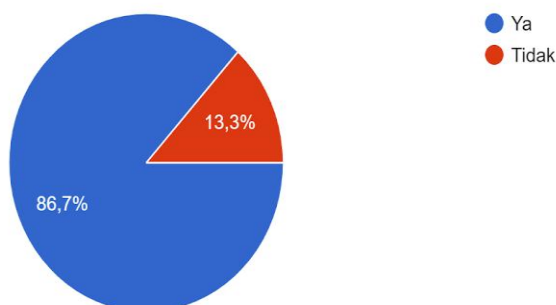


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Apakah website shopee mudah digunakan

30 tanggapan

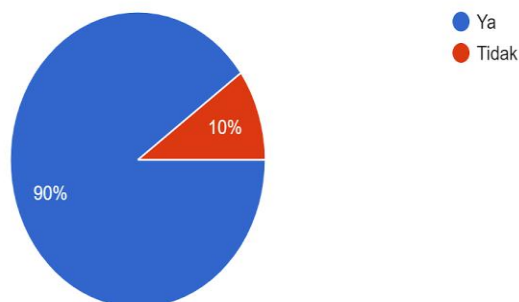


Sumber: Data Diolah 2021

Pada pertanyaan kedua, penulis menanyakan kepada subjek, apakah subjek yaitu orang - orang mudah menggunakan *Website* Shopee . Dilihat dari hasil diagram *chart* diatas dari 30 responden, 86,7 % menjawab mudah menggunakan *Website* Shopee sedangkan 13,3 % menjawab tidak mudah menggunakan *Website* Shopee.

Apakah anda merasa senang atau puas berbelanja di website shopee

30 tanggapan



Sumber: Data Diolah 2021

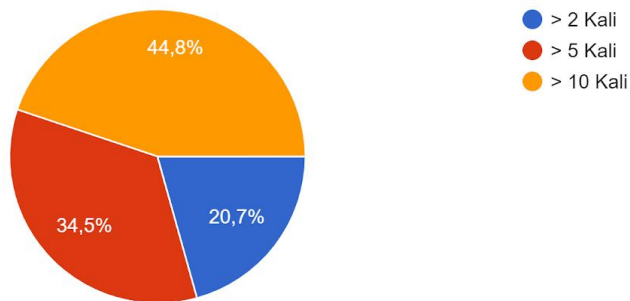


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada pertanyaan ketiga, penulis menanyakan kepada subjek, apakah subjek yaitu orang - orang menggunakan Shopee merasa senang atau puas berbelanja di *website* shopee. Dilihat dari hasil diagram *chart* diatas dari 30 responden, 90 % menggunakan Shopee senang dan puas berbelanja di *website* shopee sedangkan 10 % menggunakan Shopee tidak senang berbelanja di *website* shopee.

Berapa kali anda berbelanja di website shopee
29 tanggapan



Sumber data diolah 2021

Pada pertanyaan keempat, penulis menanyakan kepada subjek, apakah subjek yaitu orang - orang menggunakan Shopee berapa kali berbelanja di *website* shopee. Dilihat dari hasil diagram *chart* diatas dari 29 responden, 44,8 % menjawab >10 Kali, 34,5 % menjawab > 5 Kali sedangkan 20,7 % menjawab > 2 kali .

Semakin menarik, efektif dan efisien suatu *website*, maka akan semakin berkualitas suatu *website* sehingga pembelian ulang pada *marketplace* akan semakin tinggi. Selain itu, semakin sesuai harapan konsumen dengan yang diekspektasikan,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka kepercayaan konsumen pada suatu marketplace akan meningkatkan sehingga dapat mempengaruhi niat pembelian ulang konsumen.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa jika suatu *website* itu berkualitas, kepercayaan konsumen meningkat. Dan hal yang serupa konsumen akan mengulangi untuk pembelian berikutnya pada *marketplace*

Dari masalah tersebut peneliti ingin mengangkat bagaimana kemampuan Shopee dalam memberikan *website* yang berkualitas dan menarik, kepercayaan yang sesuai pengalamannya, produk dan pelayanannya yang bagus basisnya melalui media online agar berdampak pada pembelian berulang, maka dari itu judul dari penelitian ini adalah “ **PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas *website* berpengaruh terhadap pembelian ulang pada pelanggan *e-commerce* shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap pembelian ulang pada pelanggan *e-commerce* shoppe di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru ?
3. Apakah kualitas *website* dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap pembelian ulang pada pelanggan *e-commerce* shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru ?

1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan sebelumnya dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* terhadap pembelian ulang pada pelanggan *e-commerce* shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap pembelian ulang pada pelanggan *e-commerce* shoppe di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* dan kepercayaan secara simultan terhadap pembelian ulang pada pelanggan *e-commerce* shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3.2 Manfaat Penelitian.**1. Bagi Penulis**

Dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat memperoleh tambahan pengetahuan khususnya tentang pentingnya kualitas *website*, kepercayaan dan pembelian ulang.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan yang bersangkutan untuk lebih meningkatkan pendapatannya dan mempertahankan konsistensinya dalam memasarkan produk.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bulan refrensi untuk penelitian yang akan datang serta memberikan wacana baru khususnya mengenai kualitas *website* dan kepercayaan terhadap pembelian ulang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4 Rencana Sistematika Penulisan

Secara sistematis susunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan teori pemasaran, teori kualitas *website*, teori kepercayaan dan teori pembekian ulang. Serta tercantum penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas variabel – variabel yang akan diteliti, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan sejarah singkat tempat penelitian, struktur organisasi serta tugas dan wewenang dalam organisasi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian tentang pengaruh Kualitas *Website* dan Kepercayaan terhadap Pembelian Ulang pada pelanggan *E-commerce* Shopee.

BAB VI

: PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan kesimpulan, saran-saran serta daftar pustaka yang diharapkan dapat bermanfaat dalam membantu manajemen perusahaan.

UIN SUSKA RIAU



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut **(Darmanto dan Wadaya 2016:9)** manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar tersebut. **(Kotler dan Keller 2009:6)** mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan membutuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Daryanto dalam **(Anggita Novita Gampu, Lotje Kawet, Yantje Uhing 2011)** mendefinisikan manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dapat disimpulkan manajemen pemasaran merupakan kegiatan menyampaikan produk atau jasa ke tangan konsumen yang didalamnya terdapat individu atau kelompok dengan tujuan untuk mencapai kepuasan bagi stakeholder, tidak sekedar konsumen yang menjadi target pemasarannya, melainkan juga untuk kepentingan karyawan, manajer, pemerintah, pemasok, bahkan pesaing sekalipun



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Kualitas Website

Website atau web merupakan salah satu jaringan internet yang digunakan sebagai sumber untuk mengoperasikan web, yang saat ini berkembang dengan pesat (Nurwansyah, 2010). Informasi pada website didistribusikan pada dengan menggunakan pendekatan *hypertext* (teks pendek sebagai acuan untuk membuka dokumen lain), dimana orang dapat memperoleh informasi dengan cara meloncat dari dokumen satu ke dokumen yang lainnya yang dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia.

Menurut pendapat dari (Anwariningsih, 2016) *Aplikasi web* dibagi menjadi dua jenis yang meliputi statis dan dynamic. Statis ialah *website* yang isinya tetap atau jarang diubah karena sifatnya tidak interaktif atau satu arah, misalnya personal web. Sedangkan dynamic ialah *website* yang isinya sering diubah karena sifatnya interaktif atau dua arah, misalnya *e-commerce*, *e-new*, portal dan lain sebagainya. Website yang digunakan dalam pembahasan ini yaitu *e-commerce* dengan, menggunakan *website dynamic* yang digunakan untuk komunikasi dua arah.

Pada *e-commerce*, situs web memainkan peran penting dalam menarik, mempertahankan, dan mempertahankan minat konsumen pada toko online di sebuah situs agar membuat konsumen tertarik. Menurut (Nabilah, 2018) kualitas *website* merupakan kumpulan dari halaman yang menampilkan informasi data teks, gambar, video dan lain sebagainya dengan tampilan yang mudah, lengkap dan menarik diaplikasikan oleh semua orang dengan mutu sesuai dengan manfaatnya. Informasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam hal ini mengenai cara bertransaksi online, serta informasi tentang produk produk dan jasa pada website belanja online. Sedangkan menurut (**Razak, Ahmad, & Marimuthu, 2016**) menyatakan bahwa *website* yang berkualitas itu adalah dengan membangun komprasi kualitas sistem, dan kualitas layanan dengan informasi yang akurat. Kualitas website sangat penting dalam marketplace karena dengan adanya semua kegiatan mulai dari promosi sampai pembayaran bahkan pengiriman produk menggunakan *website*. Model *website quality* merupakan salah satu alat diantara beberapa metode lainnya, *website quality* mengukur kesesuaian informasi dengan tugas, interaksi, kepercayaan, waktu respon, desain *intuitiveness* (mampu mrnggerakkan hati), daya tarik visual, daya inovasi, daya tarik emosional, komunikasi terintegrasi, proses bisnis dan *substitutability*. Dengan begitu maka, jika kualitas website dan penggunaanya dapat mengaplikasikannya dengan mudah efektif serta efisien akan menciptakan respon baik dari konsumen.

Stuart Barnes dan Vidgen mengembangkan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas dari suatu website yaitu metode *WebQual*. *WebQual* berdasarkan konsep *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu proses dalam pengembangan dan pengimplementasian suatu produk atau jasa yang didasarkan pada “*voice of customer*”, konsep QFD ini disusun berdasarkan pada persepsi pengguna akhir dari suatu *website* (**Santoso & Anwar, 2013**). Dalam suatu *website* tentu ada kriteria atau ciri-ciri *website* yang baik sehingga dapat dikatakan bahwa *website* tersebut berkualitas ataupun tidak, dengan begitu (**Anwariningsih,**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2014) mendefinisikan bagaimana suatu *website* dapat dikatakan berkualitas ataupun tidak. Sebelum mendefinisikan suatu *website* tersebut berkualitas ataupun tidak maka harus menentukan tahapan perancangan website/web oleh developer untuk menghasilkan *website* yang berkualitas yaitu dengan memperhatikan berbagai hal dalam pembuatan suatu website/web yang baik atau berkualitas.

Ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam mendefinisikan *website* yang berkualitas atau disebut baik menurut (Anwariningsih, 2014) meliputi sebagai berikut :

1. *Content* atau sistematika isi yang terdiri dari : tata letak menu atau informasi, kelengkapan dari isi, kedalaman dari isi, ketepatan isi dengan audiens, kemudahan dalam penelusuran, sistematika penyampaian informasi dan kemudahan informasi untuk dipahami.
2. Navigasi : terdapat navigasi yang mudah digunakan bagi pengguna.
3. Tampilan desain yang menarik dengan memperhatikan pilihan kombinasi gambar, kombinasi warna, tampilan dan kombinasi animasi, tata letak gambar dan animasi, kesesuaian theme dengan brand perusahaan, kesatuan dan kesesuaian desain antar halaman web, dan kemudahan diingat (*positioning*).
4. Interaktivitas, yang terdiri dari forum diskusi, *messages board* (*rolling messages*), download, Email, chatting, fasilitas pengguna atau member, *polling*, *shoppingchart*, buku tamu, komentar terhadap suatu web.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Fungsionalitas, dapat berfungsi sebagaimana web dibuat
6. *Hosting, Domain*, dan Jasa pembuatan dengan memperhatikan letak hosting dengan tepat sesuai dengan keberadaan sebagian besar audiens, kapasitas, teknologi dan fasilitas hosting yang dimiliki, biaya dan teknologi hosting yang digunakan, nama domain yang singkat dan mudah diingat, penggunaan subdomain konsisten, dan biaya pembuatan web yang murah.
7. Pengelolaan, yang meliputi : kemudahan dalam updating data, kemudahan dalam pembakuan data, interaksi dengan para audien, aktivitas promosi dari web tersebut, updating tampilan, fasilitas dan teknologi, serta kemudahan dalam pengelolaan webnya.

Berikut ini dimensi-dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas dari sebuah *website* berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (**Barnes & Vidgen, 2003**), terdapat tiga dimensi dalam model *WebQual* adalah sebagai berikut :

- a. Kegunaan adalah kualitas yang berkaitan dengan penggunaan situs (seperti kemudahan penggunaan dan navigasi untuk pengguna, kecocokan desain, dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna *website*).
- b. Kualitas informasi adalah kualitas dari isi atau konten yang terdapat pada situs, adanya kesesuaian informasi untuk tujuan penggunaannya seperti akurasi, format dan relevansi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Interaksi pelayanan adalah kualitas interaksi layanan yang dialami oleh pengguna saat mempelajari lebih dalam mengenai *website*, yang dapat diwujudkan melalui empati dan kepercayaan (masalah transaksi dan keamanan informasi, komunikasi dengan pemilik *website*, pengiriman produk dan sebagainya.)

Pendapat dari (Towhidi & D.Srite, 2016) menyatakan bahwa “*WebQual as one of the most widely cited website quality measurement tool because of its comprehensive indicators that specifically were designed for measuring website quality and its validated use in an e-commerce setting*”. Kualitas dari sebuah *website* merupakan alat untuk mengukur suatu *website* yang indikatornya komprehensif dirancang secara khusus untuk mengukur kualitas *website* dan penggunaannya divalidasi dalam pengaturan e-commerce. Kualitas suatu *website* ditentukan sesuai dengan standard dan kegunaan dari suatu *website*.

Kualitas *website* berdasarkan pendapat dari (Towhidi & D.Srite, 2016) yang diukur dengan menggunakan indikator adalah sebagai berikut:

1. *Informational fit-to-task* (kesesuaian informasi): informasi yang dapat mendukung tugas dari pengguna
2. *Tailored communication* (komunikasi yang disesuaikan): komunikasi antara pengguna *website* dengan penjual online.
3. *Response time* (waktu merespon): waktu untuk mendapatkan jawaban setelah adanya permintaan atau interaksi dengan *website*.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Ease of understanding* (mudah dipahami) : fitur grafis dan teks mudah untuk dipahami.
5. *Intuitiveness* (intuisis penggunaan): *website* mudah untuk menavigasinya.
6. *Visual appeal* (daya tarik visual): tampilan *website* menarik
7. *Innovativeness* (inovasi *website*): selalu ada pembaharuan pada *website*.
8. *Flow-emotional appeal* (daya tarik emosional): efek emosional yang muncul saat menggunakan *website* dan intensitas keterlibatannya.

2.3 Kepercayaan

Dalam melakukan pembelian secara *online*, kepercayaan konsumen merupakan hal yang penting karena menentukan niat konsumen dalam membeli atau berniat untuk melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa pada suatu situs jual beli online. Kepercayaan menurut (Nabilah, 2018) adalah konsumen bersedia untuk melakukan belanja online dengan yakin dan berharap bahwa *website online* melakukan kegiatan sesuai dengan yang diharapkan, meskipun

penjual dan pembeli tidak saling kenal. Sedangkan (Masitoh, Wibowo, & Sunaryo, 2018) menyatakan bahwa kepercayaan adalah rasa percaya konsumen terhadap suatu produk yang beranggapan bahwa tidak ada resiko yang dihadapi dan semua akan sesuai dengan yang dipercayakan yaitu produk baik. Menurut (Ganesan & Ron, 1997) menyatakan bahwa kepercayaan sebagai sebuah kebaikan, karena berdasarkan pada sejauh mana perusahaan percaya bahwa mitranya memiliki



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nat dan motif-motif yang menguntungkan. Menurut (**Maima, 2012**) kepercayaan merupakan rasa yang timbul dengan adanya pengalaman dari seseorang.

Sedangkan, menurut (**Lamb, Hair, & Carl, 2001**) kepercayaan merupakan suatu pola yang terorganisasi melalui pelanggan yang kemudian di pegang oleh seorang individu sebagai suatu kebenaran di dalam hidupnya. (**Adinata, 2015**) kepercayaan konsumen ialah kesediaan satu pihak kepada pihak lain mengenai resiko yang akan diterimnya berdasarkan keyakinan serta harapan bahwa pihak lain tersebut akan bertindak sesuai dengan yang diharapkan meskipun kedua belah pihak belum saling kenal. Pendapat lain dari (**Morgan & Hunt, 1994**) yang menyatakan kepercayaan merupakan sugesti konsumen bahwa perusahaan akan melakukan tindakan positif kepada konsumen dengan menghasilkan hasil memiliki dengan integritas tinggi yang berkaitan dengan konsistensi, jujur, bertanggungjawab suatu perusahaan kepada konsumen serta tidak ada ekspektasi bahwa perusahaan mengambil tindakan dengan hasil negative. Tanpa adanya rasa percaya maka tidak akan ada tindakan pembelian yang dilakukan konsumen terutama dalam konteks ini yaitu pembelian produk secara online. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan ialah suatu pola fikir atau pendapat manusia bahwa yang semua akan berjalan sesuai dengan yang apa yang dia percaya atau berfikir positif tentang sesuatu bahwa akan baik-baik saja bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain. Dengan kata lain, kepercayaan merupakan suatu pendapat konsumen bahwa penjual akan memberikan



pelayanan dan tindakan yang positif (jujur, bertanggungjawab dan konsisten) sehingga akan menghasilkan hasil yang positif dan saling menguntungkan kedua belah pihak (penjual dan pembeli), dan konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian produk.

Menurut pendapat dari **(Mayer, Davis, & Schoorman, 1995)** *trust* atau kepercayaan dapat diukur melalui tiga dimensi diantaranya sebagai berikut :

- a. Kenyamanan pada pembelian produk dan pelayanan yang diberikan oleh penjual, sehingga pembeli merasa nyaman dan senang saat membeli.
- b. Kepuasan terhadap kualitas produk atau jasa beserta pelayanan yang diberikan penjual kepada konsumen.
- c. Tanggung jawab (penjual bertanggung jawab penuh terhadap barang yang dijualnya terutama dalam proses pengiriman produk)

Sedangkan **(Chen & Chang, 2012)** untuk mengukur kepercayaan konsumen dengan menggunakan 4 indikator sebagai berikut :

1. Kepercayaan akan reputasi (berdasarkan pengalaman dan informasi yang didapatkan)
2. Kepercayaan mengenai kehandalan kinerja atau pelayanan (berdasarkan kepuasan dan pengalaman positif pada pembelian sebelumnya)
3. Aman dalam transaksi (berdasarkan pengalaman positif pada pembelian sebelumnya)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tidak mencari uang secara illegal atau belum terdapat hal yang mencurigakan semua jujur mulai dari kualitas produk dan pelayanan.

Pendapat lain dari **(Walczuch & Henriette, 2004)** menyatakan bahwa dalam mengidentifikasi kepercayaan konsumen pada pembelian online terdiri dari berbagai factor berbagai kategori, diantaranya ada lima kategori sebagai berikut :

- a. *Personality-based factors* : konsumen cenderung pada suatu e-retailer tertentu dan respek pada praktek penjualannya, (mudah terpengaruh dengan dunia luar serta percaya pada e-retailer tersebut, tidak memiliki control, rasa kepercayaan yang tinggi dan positif pada orang lain, meyakini keyakinan mereka, orang dianggap berhati nurani sehingga mampu bertanggung jawab dan dapat dipercaya, terbuka karena pengalaman sehingga mudah percaya).
- b. *Perception-based factors*: persepsi timbul dari konsumen berbagai informasi dari orang lain yang sudah pernah melakukan pembelian secara online sesuai dengan riwayat pengalaman yang dialaminya (persepsi pada reputasi dari e-retailer, pengendaliannya pada konsumen,
- c. *Experience-based factors* : pengalaman langsung yang diperoleh dari partisipasi aktif konsumen yang melakukan proses pembelian, yang terdiri dari 3 aspek yaitu pengalaman yang diterima selama proses pembelian, kepuasan pada pembelian karena sesuai dengan yang diekspektasikan,



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi (adanya hubungan komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli)

- d. *Knowledge-based factors* : pengetahuan konsumen tentang praktik informasi dan pengetahuan teknologi keamanan mengenai marketplace (adanya fitur jaminan keamanan pada situs e-retailer, orang yang paham pengetahuan akan lebih percaya diri dalam melakukan belanja online)
- e. *Attitude-based factors* : sikap konsumen yang tergantung pada teknologi internet dan suka dengan yang praktis (sikap terhadap computer, internet dan belanja) maka akan melakukan pembelian produk secara online dan mudah percaya dengan pelayanan yang diberikan.

2.4 Pembelian Ulang

Niat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Terdapat perbedaan antara pembelian aktual dan niat pembelian. Bila pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, maka niat pembelian adalah niat untuk melakukan pembelian pada kesempatan mendatang. Menurut (Kotler , 2015) pembelian ulang konsumen berkaitan dengan perilaku konsumen berdasarkan motif yang dimilikinya untuk membeli atau memakai produk tertentu untuk membeli kembali. Menurut (Aresa, 2012) beli ulang yang dimaksud adalah pada saat konsumen membutuhkan akan jasa pelayanan atau suatu produk maka, akan kembali membeli produk pada tempat yang sama, yang menumbuhkan ikatan emosional antara pelanggan dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu produk atau jasa. Sedangkan, pembelian ulang menurut **(Griffin, 2005)** ialah perilaku dari konsumen yang memberikan reaksi yang positif terhadap kepercayaan dari suatu produk dan konsumen tersebut berniat untuk mengunjungi kembali atau membeli produk dari perusahaan tersebut.

Pendapat lain dari **(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)** menyatakan bahwa pembelian ulang merupakan harapan setelah pembelian kualitas layanan penjual mempengaruhi kepuasan, kepercayaan dan selanjutnya pembelian kembali, tergantung dengan apa harapan yang dipenuhi. Oleh karena itu, secara teori adanya sinyal yang timbulnya niat pembelian ulang *online* adalah sebagai berikut :

- a) Adanya sinyal yang berkaitan dengan antarmuka situs web atau *website* pada suatu *marketplace*.
- b) Adanya harapan baik pada kualitas layanan penjual pada *marketplace*.
- c) Adanya konfirmasi kualitas.
- d) Timbulnya rasa kepuasan pada pembelian pertama
- e) Adanya niat pembelian ulang

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pembelian ulang merupakan kegiatan pembelian kembali konsumen yang berdasarkan dengan tingkat kepuasan dan pengalaman positif sehingga menciptakan kepercayaan dari produk tersebut dan untuk kembali mengunjungi atau membeli produk *marketplace* tersebut. Selain itu juga, pembelian ulang pada *marketplace* yang dilakukan oleh konsumen itu dapat berdasarkan kualitas *website*, harga yang lebih murah, dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan pada akhirnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

percaya dengan Shopee. Indikator yang digunakan untuk mengukur niat beli ulang menurut (**Aresa, 2012**) ialah sebagai berikut :

1. Untuk melakukan pembelian ulang.
2. Meningkatkan frekuensi pembelian.
3. Bertransaksi kembali
4. Bertransaksi pada produk atau jasa di tempat yang sama
5. Berniat untuk mempertahankan pembelian

Sedangkan, pendapat lain menurut (**Palma & Andjarwati, 2016**) bahwa beli ulang pada belanja online dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Pembelian pada toko online dibanding toko offline
2. Niat melakukan belanja online sebanyak mungkin
3. Frekuensi pembelian
4. Rekomendasi positif

2.5 Pandangan Islam

A. Pemasaran Ditinjau dari Perspektif Islam dan Al-Qur'an

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Dalam surah al furqan ayat 20 :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ
فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا



Artinya : Dan kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar, dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain, maukah kamu bersabar? dan adalah Tuhanmu Maha melihat.

Ayat di atas menegaskan bahwa seorang rasulpun tetap melakukan aktivitas ekonomi khususnya perekonomian islam di pasar. Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman.

Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian “,(QS. An-Nisa ayat 29).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teguran Allah juga tentang perdagangan atau perekonomian dalam surah Al-Muthaffifiin ayat 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ وَزَنُّوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۳

Artinya: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ وَزَنُّوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۳

Artinya: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.

(Al-Muthaffifiin: 083 ayat 1-3)

B. Makna Umum Ayat

Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Sebelumnya telah diterangkan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta, seperti harta anak yatim, mahar, dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Kita boleh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita. dari ayat tersebut dapat kita ketahui pula :

1. Rasulullah adalah seorang pedagang islam yang sangat mulia akhlaknya. Beliau mencontohkan bahwa berdagang yang jujur dan ridho karena Allah itu adalah baik di mata Allah SWT.
2. Perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek – material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian.
3. Yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik..
4. Penjelasan mengenai sasaran atau customer dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Makanan yang halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat kita menjadi taat kepada Allah. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat:
 - Materi yang halal
 - Proses pengolahan yang bersih (thaharah), dan
 - Penyajian yang islami.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang penulis jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
1.	Martina Rahmawati Marsitoh, Hermansyah Andi Wibowo, Deni Sunaryo (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Toko Online Tokopedia	Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan (Y1), Kepercayaan Merek (Y2), dan Niat Pembelian Ulang (Y3)	Sama sama menggunakan variable Kepercayaan dan Pembelian Ulang	Variabel Kualitas Pelayanan yang dimediasi oleh Kepuasan dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Ulang
2.	Fanny Nasya Nabilah (2018)	Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Memediasi Kualitas website Terhadap Pembelian Ulang	Harga (X1), Kualitas website (X2), Kepercayaan (Y1), dan Pembelian Ulang (Y2)	Sama Sama Menggunakan variabel Kualitas website, Kepercayaan dan Pembelian Ulang	Variabel Harga, dan Kualitas website yang dimediasi oleh Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Ulang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.	(Razak, Ahmad, & Marimuth u, (2016)	<i>The Effect of website Quality on Repurchase Intention in Travel Agency's website in Malaysia.</i>	<i>website Quality (X), and Repurchase Intention (Y</i>	Sama sama Menggunakan <i>website Quality dan Repurchase Intention</i>	The <i>website</i> quality is believed to have an impact on repurchase intention. This study aims to examine the relationship between service qualities; information quality and security quality on repurchase intention. This study covers a quantitative research study
4.	Elwin Novaris Adinata (2015)	Pengaruh Pengalaman, Kualitas <i>website</i> , dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Ulang Secara Online di Situs Olx Indonesia	Pengalaman (X1), Kualitas <i>website</i> (X2), Kepercayaan (Y1), dan Niat Beli Ulang (Y2	Sama sama Menggunakan Variabel Kualitas <i>website</i> , Kepercayaan dan Niat Beli Ulang	Variabel Pengalaman, dan Kualitas <i>website</i> yang dimediasi oleh Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Ulang Variabel Pengalaman, dan Kualitas <i>website</i> yang dimediasi oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

					Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Ulang
5.	Towhidi & D.Srite, (2016)	<i>The Effect of website Quality on Repurchase Intention: The Moderating Role of Espoused Cultural Differences</i>	<i>website Quality (X1), Cultural (X2), and Repurchase Intention (Y)</i>	Sama sama Menggunakan Variabel <i>website Quality</i> Dan Repurchase Intention	<i>This study extends previous research by adding an important construct to the previous general model (the direct effect of website quality on repurchase intention) and makes it easier to better understand online consumers repurchase</i>
6	Een Nuriliyah (2019)	Pengaruh Kualitas <i>website</i> , Kepercayaan dan Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Marketplace Shopee Pada Perguruan Tinggi	<i>Website Quality (X1), Kepercayaan (X2), Harga (X3), Niat Pembelian Ulang (Y)</i>	Sama sama Menggunakan Variabel <i>website Quality</i> , Kepercayaan Dan Niat Pembelian Ulang	Variabel Kualitas <i>website</i> , dan Harga yang dimediasi oleh Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Ulang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Jombang			
7.	Basrah Saidani (2019)	Analisis Pengaruh Kualitas <i>website</i> dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee	Kualitas <i>website</i> (X1) Kepercayaan (X2) , Kepuasan Pelanggan (Y) Minat Pembelian Ulang (Z)	Sama sama menggunakan Variabel Kualitas <i>website</i> Kepercayaan , Minat Pembelian Ulang	Variabel Kualitas Website (X1) Kepercayaan (X2) , di mediasi Kepuasan Pelanggan (Y) dan Minat Pembelian Ulang (Z)
8	Fajar Syah Putra, Rahmiati, (2019)	Pengaruh Website Quality Terhadap Online Booking Intention Dengan Mediasi E-Trust Pada Pengguna Traveloka Di Kota Padang	<i>Website Quality</i> (X) <i>Online Booking Intention</i> (Y) <i>E-Trust</i> (Z)	Sama sama Menggunakan Variabel <i>website Quality</i> dan <i>E-Trust</i>	Variabel <i>Website Quality</i> yang dimediasi oleh <i>Online Booking Intention</i> berpengaruh signifikan <i>E-Trust</i>
9	Anindhyta Sekar Wangi (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>website</i> Terhadap Niat Pembelian Kembali Yang Dimediasi Oleh Kepuasan	Kualitas Layanan <i>website</i> (X), Niat Pembelian Kembali (Y), Kepuasan Konsumen (Z)	Sama Sama Menggunakan Variabel Kualitas Layanan <i>website</i> dan Pembelian Kembali	kualitas layanan <i>website</i> berpengaruh terhadap niat pembelian kembali dan kualitas layanan <i>website</i> berpengaruh terhadap niat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Konsumen Lazada.Co.Id Di Bandar Lampung			pembelian kembali secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen Lazada.co.id.
10	Bayu Andika (2016)	Analisis <i>Website Quality, Trust, dan Loyalty</i> Pelanggan Lazada (Studi pada Masyarakat Kota Yogyakarta)	Website <i>Quality(X), Trust (Y), dan Loyalty</i> Pelanggan (Z)	Sama sama menggunakan Variabel <i>Website Quality Dan Trust</i>	

2.7 Kerangka Pemikiran dan Operasional Variabel

2.7.1 Kerangka Pemikiran

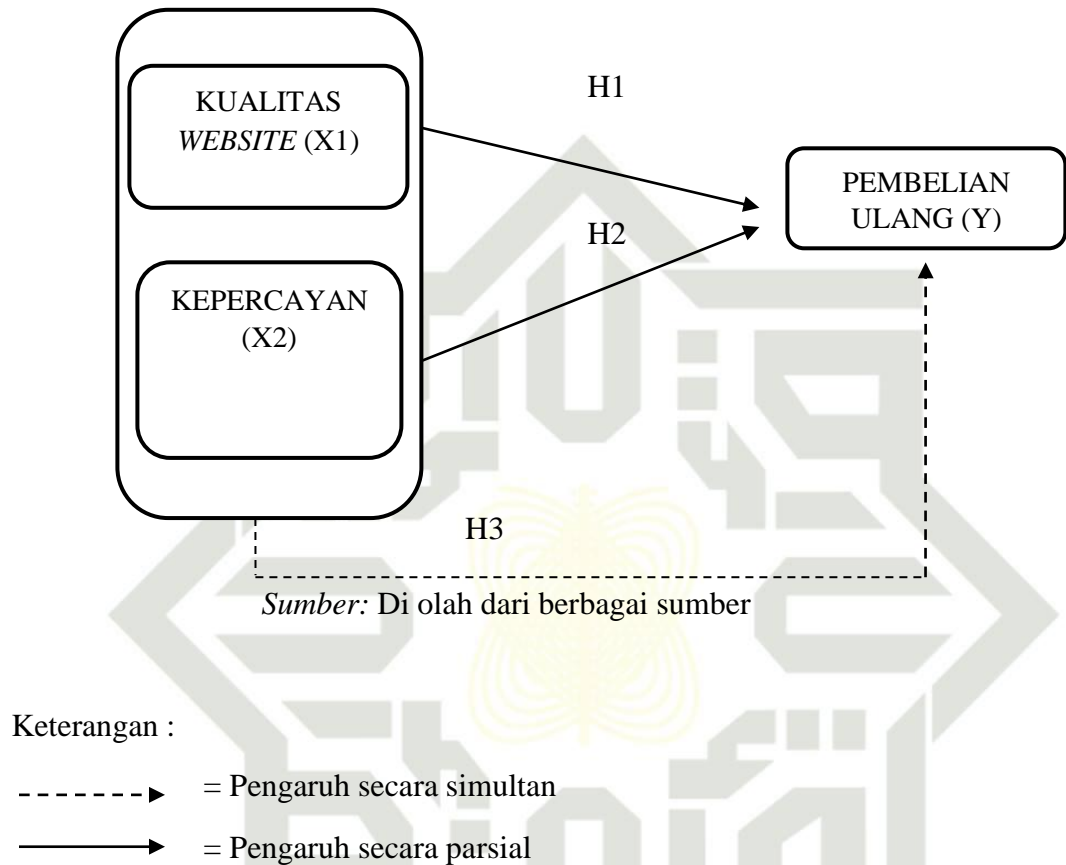
Berdasarkan tinjauan landasan dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, seperti yang tersaji dalam gambar berikut :

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berfikir



2.7.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009)

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya



variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah :

- a. X1= Kualitas *Website*
 - b. X2= Kepercayaan
2. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi apa yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Pembelian Ulang (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 2.2 Definisi dan Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Pengertian	Indikator	Pengukuran
Pembelian Ulang (Y)	Pembelian ulang adalah pada saat konsumen membutuhkan akan jasa pelayanan atau suatu produk maka, akan kembali membeli produk pada tempat yang sama, yang menumbuhkan ikatan emosional antara pelanggan dengan suatu produk atau jasa. (Aresa, 2012)	1. Untuk melakukan pembelian ulang. 2. Meningkatkan frekuensi pembelian. 3. Bertransaksi kembali 4. Bertransaksi pada produk atau jasa di tempat yang sama 5. Berniat untuk mempertahankan pembelian (Aresa, 2012)	Likert
Kualitas Website (X1)	Kualitas dari sebuah website merupakan alat untuk mengukur suatu website yang indikatornya komprehensif dirancang secara khusus untuk mengukur kualitas website dan penggunaannya divalidasi dalam	1) Kesesuaian informasi 2) Kesesuaian Komunikasi 3) Ketanggapan dalam merespon 4) Fitur mudah dipahami 5) Kemudahan dalam	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Penelitian	Pengertian	Indikator	Pengukuran
	pengaturan e-commerce. Kualitas suatu <i>website</i> ditentukan sesuai dengan standard dan kegunaan dari suatu <i>website</i> . (Towhidi & D.Srite, 2016)	navigasi 6) Daya Tarik tampilan desain 7) Inovasi baru pada <i>website</i> 8) Mampu menggugah daya Tarik emosional (Towhidi & D.Srite, 2016)	
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah konsumen bersedia untuk melakukan belanja <i>online</i> dengan yakin dan berharap bahwa <i>website online</i> melakukan kegiatan sesuai dengan yang diharapkan , meskipun penjual dan pembeli tidak saling kenal (Nabila, 2018)	1. Kepercayaan akan reputasi (berdasarkan pengalaman dan informasi yang didapatkan) 2. Kepercayaan mengenai kehandalan kinerja atau pelayanan 3. Aman dalam transaksi) 4. Tidak mencari uang secara illegal atau belum terdapat hal yang mencurigakan semua jujur mulai dari kualitas produk dan	Likert



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Halima Cipta milia UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Variabel Penelitian	Pengertian	Indikator	Pengukuran
		pelayanan. (Chen & Chang, 2012)	

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2014). Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di latar belakang masalah serta berpegang pada telaah pustaka yang masih bersifat teoritis, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H1: Diduga Kualitas *Website* berpengaruh secara parsial terhadap Pembelian Ulang pada pengguna *E-Commerce* Shoope

H2: Diduga Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Pembelian Ulang pada pengguna *E-Commerce* Shoope

H3: Diduga Kualitas *Website* dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Pembelian Ulang pada pengguna *E-Commerce* Shoopee.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini, yaitu di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Sedangkan waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Oktober- sampai selesai

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya, tepat waktu, sesuai dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh. Adapun jenis dan sumber data yang digunakan adalah

3.2.1 Jenis Data

Dalam pembahasan selanjutnya di perlukan data dan informasi yang lengkap yaitu :

1. Data Kuantitatif

Menurut (Sugiyono, 2017) Metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

2. Data kualitatif

Menurut (Sugiyono, 2017) Dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam, dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

3.2.2 Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer yang dimaksud adalah data yang berhubungan dengan Kualitas *Website* dan Kepercayaan yang didapat langsung dari responden. (Sugiyono, 2014)
- b. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Biasanya data ini diperoleh secara tidak langsung dari sumber-sumber lain yang masih ada hubungannya dengan masalah yang akan dibahas. Data ini diperoleh melalui departemen tata usaha perusahaan. Data ini berupa persaingan antar E-Commerce, buku-buku referensi, dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian. (Sugiyono, 2014)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat erat kaitannya dengan instrument yang akan ditetapkan. Pengumpulan data yang dilakukan tentunya juga terkait dengan masalah dan tujuan penelitian. Berbagai teknik pengumpulan data dapat digunakan untuk memperoleh data penelitian yang akurat dan valid. Dalam sebuah penelitian, penulis dapat menggunakan rancangan pengumpulan data dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017).

Berikut disajikan secara rinci teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini:

3.3.1 Angket (*Questionnaire*)

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan pengguna, (Arikunto, 2016). Orang yang diharapkan memberikan respons ini disebut responden. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden. Sifat yang terdapat didalam angket yaitu terdapat interaksi antara objek yang diamati dengan pengamat atau pengumpul data. Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jawaban yang sesuai dengan pilihan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini, berhubung penelitian ini dilakukan ditengah-tengah masa pandemi covid-19, maka angket akan disebarakan secara online melalui Google Form dan beberapa disebarakan berupa kertas kepada responden .

3.4 Skala Pengukuran

Dalam pembuatan angket tentunya harus memperhatikan penentuan skala pengukuran (*rating scale*) untuk melihat gambaran secara umum karakteristik responden serta penilaian responden pada masing- masing variabel dalam angket tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2015) skala ini digunakan pada penelitian untuk mengukur sikap responden, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang sudah ditetapkan secara spesifik. Ciri khas skala *likert* adalah bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh oleh seorang responden artinya merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya semakin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh peneliti. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* yang berupa kata-kata antara lain:

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2015)

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi menurut **(Sugiyono, 2017)** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alamlain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek atau objek itu.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut **(Sugiyono, 2017)**. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

probability sampling, merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan demikian maka teknik dalam pengambilan sampel adalah dengan memilih anggota populasi yang dapat memberikan informasi secara maksimal atau yang paling mudah ditemui (Suyanto, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling, yaitu purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan (karakteristik) yang diambil dalam menentukan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Responden merupakan masyarakat Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.
2. Responden merupakan berumur 17 tahun ke atas, Karena dianggap sudah memiliki pengetahuan untuk mampu menilai suatu aplikasi yang digunakan
3. Responden merupakan yang pernah berbelanja online pada aplikasi e-commerce shopee.

Dikarnakan populasi dari masyarakat Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru yang menggunakan aplikasi Shopee tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel. Berikut rumus Lemeshow:



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{Z^2 p(1-P)}{d}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel z = Nilai Standart =

1.96 p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = Alpha (0.10) atau sampling error
=10

Dengan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96.04 = 96$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 tetapi digenapkan menjadi 100 responden.

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Definisi Operasional

Tabel 3.2

Definisi Operasional

NO.	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pembelian ulang adalah pada saat konsumen membutuhkan akan jasa pelayanan atau suatu produk maka, akan kembali membeli produk pada tempat yang sama, yang menumbuhkan ikatan emosional antara pelanggan dengan suatu produk atau jasa. (Adinata, 2015)	1) Untuk melakukan pembelian ulang 2) Meningkatkan frekuensi pembelian 3) Bertransaksi kembali 4) Bertransaksi pada produk atau jasa di tempat yang sama 5) Berniat untuk mempertahankan pembelian (Adinata, 2015)	Likert
2	<i>WebQual as one of the most widely cited website quality measurement tool because of its comprehensive indicators that specifically were designed for measuring website quality and its validated use in an e-commerce setting</i> (Towhidi & D.Srite, 2016)	1) Kesesuaian informasi 2) Kesuaian Komunikasi 3) Ketanggapan dalam merespon 4) Fitur mudah di pahami 5) Kemudahan dalam navigasi 6) Daya Tarik tampilan desain	Likert



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		7) Inovasi baru pada website 8) Mampu menggugah daya Tarik emosional (Towhidi & D.Srite, 2016)	
Kepercayaan adalah konsumen bersedia untuk melakukan belanja <i>online</i> dengan yakin dan berharap bahwa <i>website online</i> melakukan kegiatan sesuai dengan yang diharapkan , meskipun penjual dan pembeli tidak saling kenal (Nabila, 2018)	1) Kepercayaan akan reputasi 2) Kepercayaan kehandalan kinerja 3) Aman dalam traksaksi 4) Tidak mencari uang secara illegal (jujur sesuai aplikasi) (Nabila, 2018)	Likert	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut **(Sugiyono, 2016)** yang dimaksud dengan analisis data adalah adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisis data dilakukan untuk mengolah data menjadi informasi, data akan menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei penelitian dari penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan.

3.8 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.8.1 Uji Validitas

Suatu instrument dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas adalah pengujian yang ditunjukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. (Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendapatkan data (mengukur) itu valid. Uji validitas instrument yang digunakan adalah validitas isi dengan analisis item, yaitu dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor butir instrument dengan skor total.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Siregar, 2013) realibilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Metode yang digunakan adalah *Alpha Cronbach* yaitu metode yang menghitung realibilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* bila koefisien realibilitas (r_{11}) $> 0,6$.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa pengujian yang harus dijalankan terlebih dahulu, sebelum dibuat analisis korelasi dan regresi, hal tersebut untuk menguji apakah model yang dipergunakan tersebut mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik.

Terdapat empat jenis pengujian pada uji asumsi klasik ini, diantaranya:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menurut (Suliyanto, 2012) dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual bisa dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya.

Uji normalitas menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residu terstandarisasi berdistribusi normal jika $K \text{ hitung} < K \text{ table}$ atau nilai $\text{Sig} > \text{Alpha}$.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak (Suliyanto, 2011). Salah satu cara untuk menguji multikolinieritas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation Faktor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, (Suliyanto, 2011). Pada penelitian ini menggunakan uji Heterokedastisitas metode Glejser. Uji Heterokedastitas menggunakan metode *Glejser* dilakukan dengan meregresi semua variabel nilai mutlak residual. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya, maka dalam model terdapat masalah heterokedastisitas.

3.9.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times-series*) atau ruang (*Cross Section*), (Suliyanto, 2011). Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson (DW test)*. Apabila *D - W* terletak antara -2 sampai + 2 maka tidak ada autokorelasi.

3.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Peneliti menggunakan analisis Regresi Linear Berganda, menurut (Siregar, 2013) regresi linear berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independent) terhadap satu variable tak bebas (dependent).

Analisi regresi berganda digunakan untuk mengetahui bahwa nilai suatu variabel terikat dapat dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas. Persamaan umum untuk mengetahui regresi berganda adalah:

Persamaan regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y	= Variabel terikat (impulse buying)
X ₁	= Variabel bebas pertama (positive emotion)
X ₂	= Variabel bebas Kedua (hedonic consumption)
a dan b ₁ serta b ₂	= Konstanta
ε	= Standar eror

3.11 Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis koefisienn regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara individual atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.11.1 Uji F (Uji Koefisien regresi secara keseluruhan)

Menurut (Ghozali, 2012) uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

3.11.2 Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Menurut (Ghozali, 2012) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.11.3 Koefisien Determinasi

Menurut (Sugiyono, 2016) korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi, dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut dibawah ini tabel *Interval Koefisien Korelasi (R²)* yang menyatakan tingkat hubungan variabel (Sugiyono, 2013):

Tabel 3.3
Tingkat Hubungan Variabel

No	Interval	Tingkat Hubungan
1	0,00-199	Sangat rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-799	Kuat
5	0,80-1000	Sangat kuat



BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Tangkerang Barat

Tangkerang Barat merupakan salah satu kelurahan yang berada di daerah kecamatan Marpoyan Damai kota Pekanbaru. Pada awalnya Tangkerang Barat bernama kelurahan tangkerang dengan lurah yang bernama Wismar usti, dikarenakan luasnya daerah tangkerang ini dan menindak lanjuti UU NO.19 Tahun 1987 tentang pemerintahan dan pemekaran wilayah kota pekanbaru, maka pada bulan mei tahun 1993 kelurahan tangkerang dibagi menjadi 5 kelurahan baru yaitu:

1. Tangkerang Utara
2. Tangkerang Selatan
3. Tangkerang Barat
4. Tangkerang Timur
5. Tangkerang Tengah

Pada masa awal pemerintahan di kelurahan tangkerang barat terdapat pergantian posisi sebagai kepala pemerintahan yaitu lurah, dari awal terbentuknya tangkerang barat hingga kini telah tercatat 11 kali pergantian lurah. Diantaranya ialah Raja Supri Amp, Hazairin Hamid Amp, Nazam bc.hk, M.Zaki S.STP.M.Si, Marini⁴⁶ Puspito Sari S.STP, Yuhaimi BA, Riski Hidayat S.STP. M.Si, Zulham Effendi S.STP.M.Si, Raja Yoserizal S.Sos, H.Yaser Arafat S.Sos, Edi Wardila M.Pd.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Kependudukan di Kelurahan Tangkerang Barat

Berdasarkan data pencatatan pada bulan desember 2020, jumlah penduduk di kelurahan tangkerang barat adalah 21,229 jiwa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Data Kependudukan Kelurahan Tangkerang Barat

No	Keadaan Penduduk	Jumlah
1	Kepala Keluarga	4.786
2	Laki Laki	10,709
3	Perempuan	10, 520

Sumber: Kantor lurah tangkerang barat

Dari tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah kepala keluarga yang ada di kelurahan tangkerang barat adalah sebanyak 4.786 dan jumlah penduduk laki laki yang berjumlah 10,709 serta jumlah penduduk perempuan yang berjumlah 10,520.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur

No	Golongan Umur		Jumlah
1	0	5	2219
2	6	12	2768
3	13	15	999
4	16	18	818
5	19	59	12998
6	60 keatas		1427
	Jumlah		21229

Sumber: Kantor lurah tangkerang barat

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk pada golongan umur 0- 5 tahun berjumlah adalah sebanyak 2219 jiwa, jumlah penduduk pada golongan umur 6 - 12 tahun berjumlah adalah sebanyak 2768 jiwa, jumlah penduduk pada golongan umur 13-15 tahun berjumlah adalah sebanyak 999 jiwa, jumlah penduduk pada golongan umur 16-18 tahun berjumlah adalah sebanyak 818 jiwa, jumlah penduduk pada golongan umur 19-59 tahun berjumlah adalah sebanyak 12998 jiwa dan jumlah penduduk pada golongan umur 60 tahun keatas berjumlah adalah sebanyak 1427 jiwa

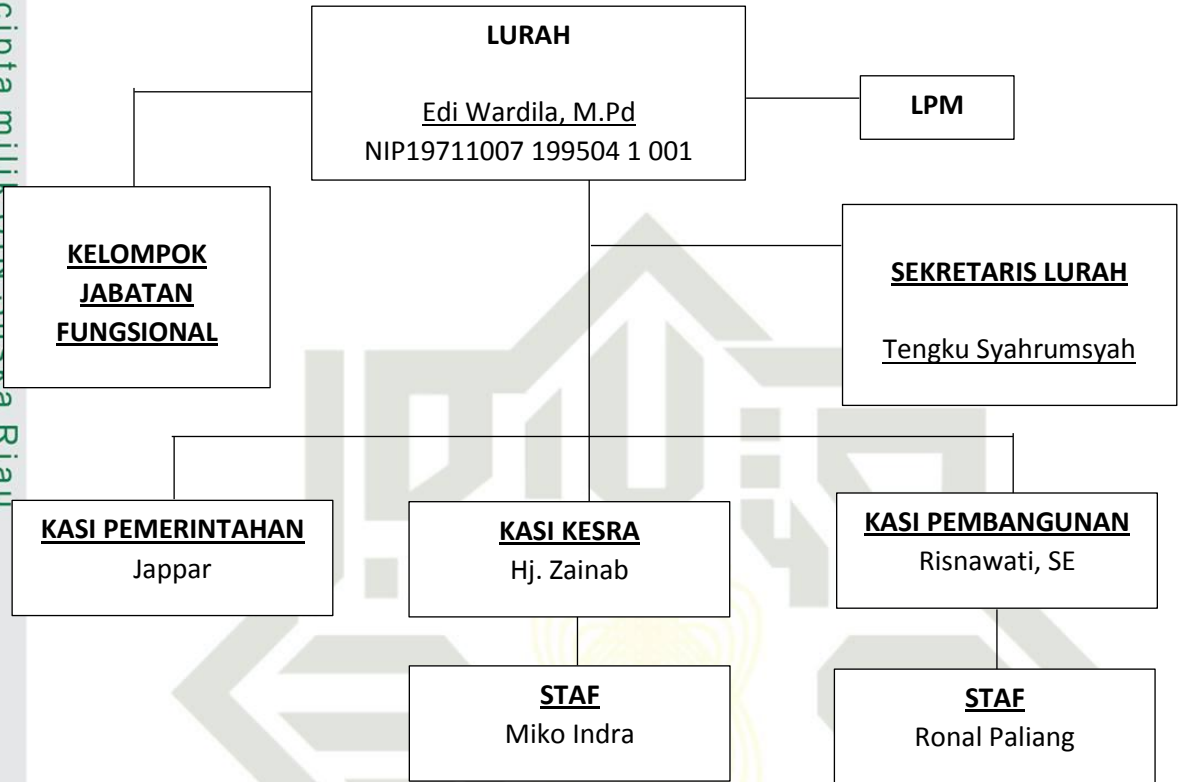
UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.4 Struktur Pemerintahan Kelurahan Tangkerang Barat



4.5 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.5.1 Profil Singkat Shopee

Shopee secara bersamaan diluncurkan pada 7 negara di Asia pada 2015 lalu, diantaranya Taiwan, Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Sebagai payung perusahaan dari Shopee, Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan dari pengusaha kecil dan konsumen dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Shopee percaya bahwa Shopee dapat membawa perubahan yang lebih baik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Seperti halnya menciptakan platform untuk dapat memfasilitasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bertemunya antara penjual dan pembeli. Sehingga tercipta pengalaman belanja yang menyenangkan serta mudah, dan nantinya Shopee menjadi pilihan ecommerce di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee memberikan kemudahan berbelanja yang dapat diakses melalui *smartphone*, baik menggunakan aplikasi yang dapat diunduh pada *AppStore* dan *Playstore*, atau mengunjungi website Shopee di <https://shopee.co.id>.

Hingga *quarter* 4 tahun 2018, jumlah pengunduh aplikasi Shopee berdasarkan hasil *survey iPrice*, masih menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengunduh terbanyak bila dibandingkan dengan aplikasi *e-commerce* lainnya. Pengunjung web pada *quarter* 4 tahun 2018 melonjak dari *quarter* sebelumnya. Bila pada *quarter* 3 tahun 2018, pengunjung bulanan *website* Shopee sebanyak 38.882.000 pengunjung, namun pada *quarter* 4 tahun 2018 jumlah pengunjung meroket sebanyak 67.677.900 pengunjung setiap bulannya

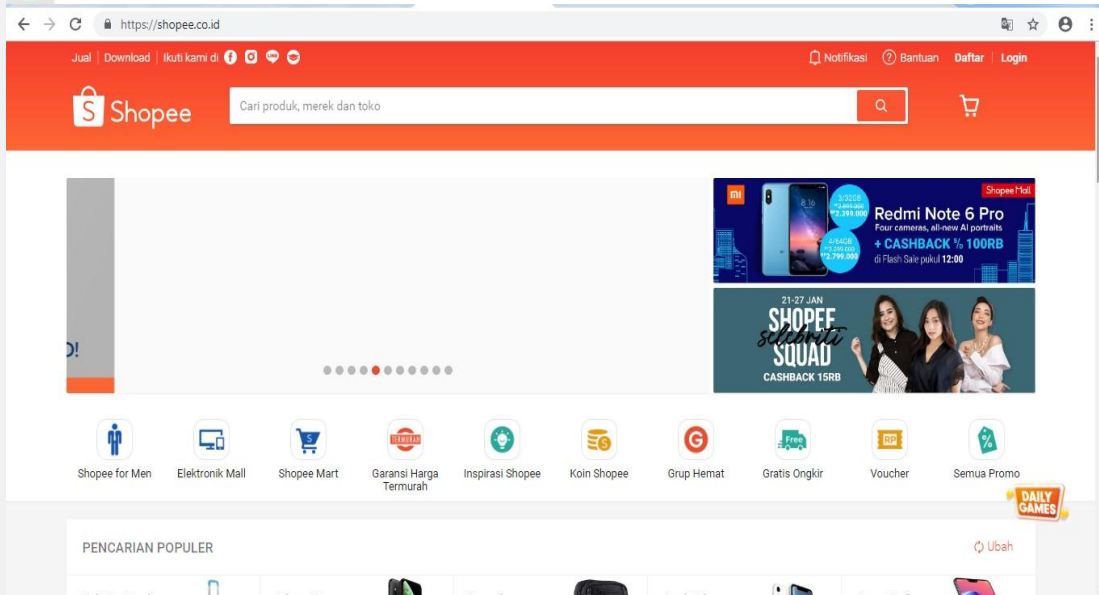


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada halaman awal website, pengunjung akan disuguhkan halaman *website* sebagai berikut :

Gambar 4.1 Beranda Website Shopee



Sumber: <https://shopee.co.id/>

Pengunjung *website*, bisa langsung mengetik kata kunci barang yang diinginkan melalui kotak pencarian. Namun untuk mencari barang sesuai dengan kategori, maka terdapat beberapa pilihan kategori demi memudahkan pencarian, diantaranya kategori pakaian pria, pakaian wanita, *handphone* dan aksesoris, kecantikan, komputer dan aksesoris, perlengkapan rumah, ibu dan bayi, *fashion* bayi dan anak, sepatu pria dan wanita, tas pria dan wanita, jam tangan, *fashion* muslim, elektronik, aksesoris *fashion*, hobi dan koleksi, kesehatan, fotografi,



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

minuman, olahraga dan *outdoor*, otomotif, buku dan alat tulis, voucher, *souvenir* dan pesta, hingga serba serbi.

4.5.2 Logo Perusahaan

Gambar 4.2 Logo Shopee



Sumber: <https://shopee.co.id/shopeeid>

Logo Shopee merupakan gabungan dari tiga unsur, yakni gambar, huruf dan warna. Untuk pemilihan gambar, Shopee menggunakan gambar berbentuk tas belanja. Di bagian depan tas belanja tersebut bertuliskan huruf 'S', dengan pemilihan logo dominan berwarna jingga.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas *website* dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas *website* memiliki pengaruh yang positif terhadap pembelian ulang pada pengguna *e-commerce* Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat. Semakin tinggi kualitas *website* pada *e-commerce* shopee maka konsumen akan sering melakukan pembelian ulang.
2. Pada variabel kepercayaan dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap pembelian ulang pada pengguna *e-commerce* Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pada *e-commerce* shopee maka konsumen akan sering melakukan pembelian ulang.
3. Secara bersamaan semua variabel bebas yaitu kualitas *website* dan kepercayaan berpengaruh signifikan atau berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu pembelian ulang. Dan yang paling berpengaruh adalah variabel kepercayaan dengan persentase 67,0 %.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

- a. Untuk hendaknya lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel pembelian ulang dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.
- b. Untuk dapat menambah refrensi dan memperluas ruang lingkup penelitian sehingga diperoleh hasil yang relevan.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahannya. (2014). Jakarta. Departemen Agama Republik Indonesia, Pustaka.
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring).
- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Adinata, Ujang Wawan Sam. 2015. *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan KJKS BMT Tamzis Bandung*. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 9, No. 2. h. 136-157.
- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat*, Jakarta
- Anwariningsih, S. H. 2014. *Kesiapan Penggunaan ICT pada Sekolah Dasar di Daerah Rural dalam Perubahan Paradigma Pembelajaran. Seminar Nasional dan Call For Papers Uniba*
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Agusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Barnes, S & Videgen R 2003. *Measuring website quality improvements : A Case Study Of The forum On Stratgic managemen knowledge exchage industrial management & data systems*.
- Belson, Simamora. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran, Edisi pertama*. Salemba Empat. Jakarta
- Chen, Y., & Chang, C. (2012). *Enhance green purchase intentions - The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust*. Management Decision, 50(3), 502–520.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Darmanto, dan Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: deepublish. Edisi Kedua, Ekosiana, Yogyakarta.
- Ganesan, Shankar., dan Ron Hess. 1997. *Dimensions and Levels of Trust: Implications for Commitment to a Relationship*. Marketing Letter, Vol. 8, Issue 4, pp. 439-448.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, (2005), *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga
Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Maima, Adawiah, Edi R. dan Tita M. (2013). *Efektivitas Metode Bermain Peran terhadap Peningkatan Kemampuan Konsep Matematika Anak Usia Dini di Taman Kanak-kanak*. Jurnal Artikel Mahasiswa PG-PAUD, 1(3), 1-10.
- Marisa Arnindita Palma, Anik Lestari Andjarwati., 2016., *Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya)*, Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Vol. 16, No. 1, Hal. 84-104.
- Marzuki. (2005), *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*,
- Masitoh, R. M., Wibowo, A. H., & Sunaryo, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia*. Jurnal Manajemen, 8(1), 60-77.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *The Academy of Management Review*, 20, 3, Pp. 709-734
- Nabila, Akalili. 2018. *Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Investasi Di Indonesia*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nurwansyah. 2010. *Sistem Informasi Alumni Berbasis Web Program Studi Diploma 3 Ilmu Komputer Universitas Sumatera Utara*. Tugas Akhir. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Razak, N.S.A; Ahmad, A.H dan Marimuthu, M. 2016. *The Effect of Website Quality on Repurchase Intention in Travel Agency's Website in Malaysia*. *Asia Pacific Journal of Advances Business and Social Studies*. Vol. 2, No.2, p. 22-30.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *“Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS”*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Towhidi, & Srite. (2016). *The effect of Website Quality on Repurchase Intention : The Moderating Role of Espoused Cultural Differences Twenty-Second Americas Conference on Informatin Systems (2005)*. 1-10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada responden yang terhormat,

Saya **Zebi Wiranda**, Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU”**.

Sehubung dengan hal tersebut saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/i agar bersedia mengisi kuesioner ini, data yang Bapak/Ibu/Saudara/I isikan semata-mata digunakan untuk penelitian, atas kesedian Bapak/Ibu/Saudara/I mengisi data saya ucapkan terimakasih

Ketentuan dan petunjuk pengisian angket:

1. Memberi tanda centang (✓) pada kolom yang saudara/i pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Ada 5 (lima) alternatif jawaban sebagai berikut.

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Cukup Setuju (CS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Mengisi identitas responden. Kuesioner ini semata-mata digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya.

Nama/Inisial : _____

No. Hp : _____

Usia Responden : ☐ 17-20 tahun
☐ 21-25 Tahun
☐ 26-30 Tahun
☐ 31-35 Tahun
☐ > 40 Tahun

Berdomisili di Kelurahan Tangkerang Barat : ☐ Ya
☐ Tidak

Pernah berbelanja di Aplikasi Shopee : ☐ Ya
☐ Tidak

Frekuensi berbelanja di Aplikasi Shopee : ☐ 1 - 5 Hari
☐ 6 - 10 Hari
☐ 11- 15 Hari
☐ > 15 Hari

Menjadi pelanggan Shopee : ☐ 0 - 1 Tahun
☐ 1- 2 Tahun
☐ 3- 4 Tahun
☐ > 4 Tahun



3. Mengisi tidak lebih dari 1 (satu) jawaban dalam satu baris pernyataan.

Pernyataan untuk variabel Kualitas Website (X1)

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Website shopee memberikan informasi sesuai yang saya butuhkan					
2	Saya merasa website shopee mempermudah saya berkomunikasi dengan pelapak / penjual					
3	Website shopee memiliki respon yang cepat.					
4	Website shopee menawarkan fitur yang mudah di pahami					
5	Website shopee menampilkan desain menu yang menarik					
6	Website shopee selalu menawarkan pembaharuan website					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pernyataan untuk variabel Kepercayaan (X2)

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Website shopee menampilkan produk yang sesuai (realpict)					
2	Saya senang dan nyaman saat berbelanja di website shopee					
3	Saya merasa aman berbelanja di website shopee					
4	Saya percaya website shopee mengirim produk sesuai dengan deskripsi yang tertulis					

Pernyataan untuk variabel Pembelian Ulang (Y)

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya akan berbelanja kembali di website shopee karena kualitas websitenya					
2	Saya akan selalu berbelanja di website shopee karena memenuhi kriteria yang saya inginkan					
3	Saya suka bertransaksi online di website shopee karena dapat dipercaya					
4	Saya akan tetap berbelanja di website shopee karena aman					
5	Saya hanya berbelanja online di website karena mudah di akses					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 2 REKAP JAWABAN RESPONDEN

Umur Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	59	59.0	59.0	59.0
	26-30 Tahun	27	27.0	27.0	86.0
	31-39 Tahun	10	10.0	10.0	96.0
	>40 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi berbelanja di Shopee					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 Hari	21	21.0	21.0	21.0
	6-10 Hari	21	21.0	21.0	42.0
	11-15 Hari	19	19.0	19.0	61.0
	>15 Hari	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menjadi Pelanggan shopee					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 Tahun	11	11.0	11.0	11.0
	1-2 Tahun	48	48.0	48.0	59.0
	3-4 Tahun	26	26.0	26.0	85.0
	>4 Tahun	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN KUALITAS WEBISTE (X1)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	7	7.0	7.0	8.0
	S	57	57.0	57.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	13	13.0	13.0	15.0
	S	42	42.0	42.0	57.0
	SS	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	28	28.0	28.0	30.0
	S	40	40.0	40.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	CS	15	15.0	15.0	18.0
	S	40	40.0	40.0	58.0
	SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	CS	20	20.0	20.0	22.0
	S	45	45.0	45.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	CS	20	20.0	20.0	24.0
	S	41	41.0	41.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN KEPERCAYAAN (X2)

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	12	12.0	12.0	15.0
	CS	45	45.0	45.0	60.0
	S	28	28.0	28.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	21	21.0	21.0	23.0
	S	43	43.0	43.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	29	29.0	29.0	31.0
	S	43	43.0	43.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	TS	7	7.0	7.0	8.0
	CS	49	49.0	49.0	57.0
	S	27	27.0	27.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN PEMBELIAN ULANG (Y)

Y1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	4	4.0	4.0	6.0
	CS	16	16.0	16.0	22.0
	S	49	49.0	49.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	CS	20	20.0	20.0	25.0
	S	47	47.0	47.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	CS	25	25.0	25.0	29.0
	S	48	48.0	48.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	CS	24	24.0	24.0	26.0
	S	53	53.0	53.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0
	CS	19	19.0	19.0	26.0
	S	40	40.0	40.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI VALIDITAS
KUALITAS WEBSITE (X1)

Correlations		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Kualitas Website
X1.1	Pearson Correlation	1	.448**	.462**	.397**	.334**	.302**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.448**	1	.415**	.265**	.228*	.113	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.023	.263	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.462**	.415**	1	.521**	.322**	.214*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.397**	.265**	.521**	1	.376**	.203*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000	.042	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.334**	.228*	.322**	.376**	1	.121	.611**
	Sig. (2-tailed)	.001	.023	.001	.000		.230	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.302**	.113	.214*	.203*	.121	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.002	.263	.032	.042	.230		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Website	Pearson Correlation	.720**	.613**	.750**	.714**	.611**	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100



** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

KEPERCAYAAN (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepercayaan
X2.1	Pearson Correlation	1	.390**	.382**	.606**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.390**	1	.587**	.527**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.382**	.587**	1	.425**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.606**	.527**	.425**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.781**	.782**	.745**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMBELIAN ULANG (Y)

Correlations		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Pembelian Ulang
Y1.1	Pearson Correlation	1	.655**	.490**	.444**	.389**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.655**	1	.630**	.590**	.356**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.490**	.630**	1	.659**	.393**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.444**	.590**	.659**	1	.414**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.389**	.356**	.393**	.414**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pembelian Ulang	Pearson Correlation	.775**	.827**	.809**	.786**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**UJI REABILITAS
KUALITAS WEBSITE (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.723	6

KEPERCAYAAN (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	4

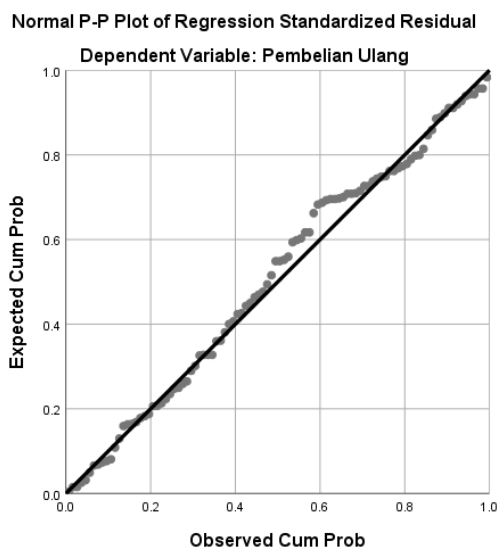
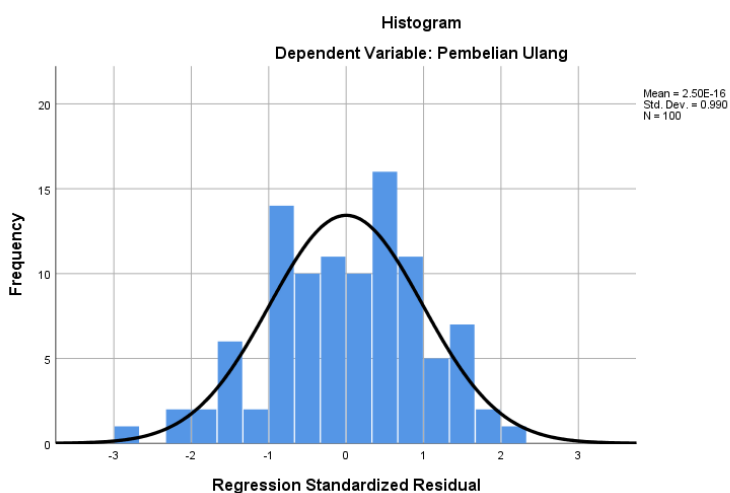
PEMBELIAN ULANG

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.828	5

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI NORMALITAS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

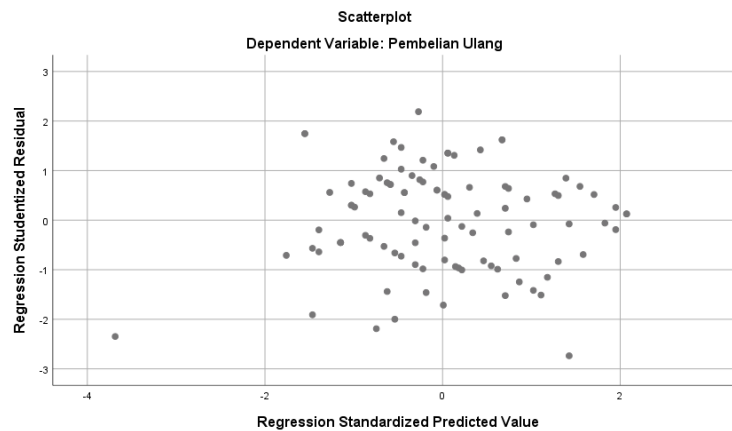
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Website	.728	1.373
	Kepercayaan	.728	1.373

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.568	1.909		1.346	.182
	Kualitas Website	.292	.088	.273	3.327	.001
	Kepercayaan	.670	.101	.544	6.636	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	564.919	2	282.460	53.640	.000 ^b
	Residual	510.791	97	5.266		
	Total	1075.710	99			
a. Dependent Variable: Pembelian Ulang						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Website						

UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.568	1.909		1.346	.182
	Kualitas Website	.292	.088	.273	3.327	.001
	Kepercayaan	.670	.101	.544	6.636	.000
a. Dependent Variable: Pembelian Ulang						



UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.725 ^a	.525	.515	2.29475	1.980
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Website					
b. Dependent Variable: Pembelian Ulang					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Lampiran Data Tabulasi Kuisioner

Responden	Kualitas Website (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
Sampel 1	4	4	3	3	4	3
Sampel 2	4	5	5	5	5	4
Sampel 3	3	3	2	1	1	5
Sampel 4	5	4	5	4	5	5
Sampel 5	5	5	5	5	3	5
Sampel 6	5	4	4	5	4	5
Sampel 7	4	4	3	3	4	3
Sampel 8	2	4	4	4	3	3
Sampel 9	5	5	4	5	3	5
Sampel 10	5	5	4	4	3	4
Sampel 11	4	5	5	3	5	5
Sampel 12	5	5	4	5	4	5
Sampel 13	5	5	4	5	4	5
Sampel 14	5	4	5	5	5	5
Sampel 15	5	5	4	4	5	5
Sampel 16	5	4	5	5	3	5
Sampel 17	4	4	4	4	3	5
Sampel 18	5	5	5	5	5	5
Sampel 19	4	4	3	2	3	4
Sampel 20	4	3	3	4	4	3
Sampel 21	5	4	3	3	5	5
Sampel 22	5	5	4	5	4	3
Sampel 23	4	3	2	4	4	4
Sampel 24	4	4	4	5	4	3
Sampel 25	4	4	3	4	4	3
Sampel 26	4	4	3	3	3	3
Sampel 27	4	3	5	5	4	5
Sampel 28	4	5	3	5	5	4
Sampel 29	3	3	4	4	3	4
Sampel 30	4	4	4	5	5	5
Sampel 31	5	5	5	5	5	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel 32	5	5	4	5	4	4
Sampel 33	5	5	4	4	5	4
Sampel 34	4	3	4	5	5	4
Sampel 35	5	5	4	4	3	3
Sampel 36	5	5	5	5	5	5
Sampel 37	4	4	3	4	3	5
Sampel 38	4	5	4	4	5	5
Sampel 39	5	4	5	5	4	4
Sampel 40	5	5	5	5	4	3
Sampel 41	4	4	3	2	2	2
Sampel 42	5	5	5	4	4	4
Sampel 43	4	5	4	4	3	3
Sampel 44	5	5	5	5	5	4
Sampel 45	4	5	4	3	3	4
Sampel 46	3	4	5	3	3	2
Sampel 47	4	4	3	3	4	3
Sampel 48	4	5	4	3	5	4
Sampel 49	4	4	4	4	4	4
Sampel 50	5	5	4	4	5	3
Sampel 51	5	5	5	5	5	5
Sampel 52	4	5	4	5	5	4
Sampel 53	4	5	4	5	4	5
Sampel 54	5	5	5	5	5	5
Sampel 55	4	4	3	3	4	4
Sampel 56	4	2	3	4	4	4
Sampel 57	3	3	3	5	4	2
Sampel 58	4	4	4	4	4	4
Sampel 59	4	4	3	5	3	5
Sampel 60	5	3	5	5	5	5
Sampel 61	4	5	3	4	4	3
Sampel 62	5	5	5	5	5	1
Sampel 63	4	2	3	4	4	4
Sampel 64	4	4	3	4	4	4
Sampel 65	5	5	4	4	3	4
Sampel 66	4	5	4	4	4	4
Sampel 67	5	5	5	5	5	5
Sampel 68	3	5	4	5	5	3
Sampel 69	4	5	5	5	3	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel 70	4	4	3	3	4	4
Sampel 71	4	4	3	3	4	4
Sampel 72	4	4	3	5	4	4
Sampel 73	4	4	3	4	4	3
Sampel 74	4	4	3	4	4	4
Sampel 75	4	3	4	5	4	4
Sampel 76	4	5	3	4	5	5
Sampel 77	4	4	3	4	4	5
Sampel 78	3	4	3	4	3	5
Sampel 79	4	5	5	5	4	4
Sampel 80	4	4	4	3	5	5
Sampel 81	4	3	4	4	4	4
Sampel 82	3	4	4	4	4	3
Sampel 83	4	3	4	4	5	3
Sampel 84	4	4	4	3	5	3
Sampel 85	4	4	3	5	5	4
Sampel 86	5	5	5	5	4	5
Sampel 87	5	4	4	4	5	4
Sampel 88	4	4	5	4	4	5
Sampel 89	5	5	5	5	5	4
Sampel 90	4	5	4	4	5	4
Sampel 91	4	4	5	5	4	4
Sampel 92	5	5	5	5	4	5
Sampel 93	4	4	4	4	4	5
Sampel 94	5	5	5	5	4	4
Sampel 95	5	5	5	5	5	4
Sampel 96	4	4	3	4	3	4
Sampel 97	4	3	4	4	3	4
Sampel 98	4	4	5	4	4	5
Sampel 99	4	3	4	4	4	3
Sampel 100	4	4	4	3	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Responden	Kepercayaan (X2)				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
Sampel 1	3	4	5	3	15
Sampel 2	5	5	5	4	19
Sampel 3	1	2	2	1	6
Sampel 4	4	5	4	3	16
Sampel 5	3	5	4	3	15
Sampel 6	3	4	4	3	14
Sampel 7	3	5	4	3	15
Sampel 8	3	5	4	5	17
Sampel 9	3	5	3	3	14
Sampel 10	4	3	5	3	15
Sampel 11	3	3	3	2	11
Sampel 12	4	4	4	4	16
Sampel 13	5	5	5	5	20
Sampel 14	4	4	4	4	16
Sampel 15	3	4	4	3	14
Sampel 16	3	3	3	3	12
Sampel 17	2	3	3	2	10
Sampel 18	4	4	3	3	14
Sampel 19	2	5	4	5	16
Sampel 20	4	5	4	4	17
Sampel 21	3	5	3	3	14
Sampel 22	3	5	5	3	16
Sampel 23	3	4	4	3	14
Sampel 24	2	5	5	2	14
Sampel 25	3	4	3	3	13
Sampel 26	3	4	5	3	15
Sampel 27	5	4	5	4	18
Sampel 28	4	4	5	4	17
Sampel 29	3	4	3	3	13
Sampel 30	4	5	5	5	19
Sampel 31	2	5	5	3	15
Sampel 32	2	3	4	2	11
Sampel 33	3	4	3	3	13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel 34	5	5	5	4	19
Sampel 35	2	4	3	4	13
Sampel 36	4	3	3	5	15
Sampel 37	2	4	3	3	12
Sampel 38	4	4	4	3	15
Sampel 39	5	5	5	5	20
Sampel 40	5	5	4	5	19
Sampel 41	4	3	2	3	12
Sampel 42	3	3	3	3	12
Sampel 43	2	3	4	3	12
Sampel 44	4	5	4	4	17
Sampel 45	1	4	4	3	12
Sampel 46	2	3	4	3	12
Sampel 47	3	2	3	4	12
Sampel 48	4	5	4	4	17
Sampel 49	3	5	4	3	15
Sampel 50	1	4	4	3	12
Sampel 51	3	5	4	4	16
Sampel 52	4	5	5	3	17
Sampel 53	3	4	4	3	14
Sampel 54	5	5	5	5	20
Sampel 55	3	3	3	3	12
Sampel 56	3	3	3	2	11
Sampel 57	3	3	3	3	12
Sampel 58	4	4	4	4	16
Sampel 59	2	3	3	2	10
Sampel 60	4	5	5	4	18
Sampel 61	3	4	3	3	13
Sampel 62	2	5	5	5	17
Sampel 63	3	3	3	2	11
Sampel 64	3	4	4	3	14
Sampel 65	3	4	4	3	14
Sampel 66	4	4	4	3	15
Sampel 67	5	5	5	5	20
Sampel 68	3	3	5	3	14
Sampel 69	3	3	3	3	12
Sampel 70	3	3	3	3	12
Sampel 71	3	3	3	3	12

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel 72	4	4	3	5	16
Sampel 73	2	4	4	3	13
Sampel 74	3	4	3	4	14
Sampel 75	3	4	3	3	13
Sampel 76	4	5	5	4	18
Sampel 77	3	4	4	4	15
Sampel 78	3	4	4	3	14
Sampel 79	3	4	4	3	14
Sampel 80	4	4	4	3	15
Sampel 81	3	4	4	3	14
Sampel 82	3	4	4	4	15
Sampel 83	3	4	4	3	14
Sampel 84	4	4	4	3	15
Sampel 85	3	4	5	4	16
Sampel 86	4	4	4	3	15
Sampel 87	4	5	5	5	19
Sampel 88	3	4	4	3	14
Sampel 89	5	5	5	5	20
Sampel 90	5	5	5	5	20
Sampel 91	5	5	4	5	19
Sampel 92	5	5	5	5	20
Sampel 93	3	4	4	4	15
Sampel 94	3	5	4	4	16
Sampel 95	4	5	5	4	18
Sampel 96	3	4	3	4	14
Sampel 97	4	4	3	4	15
Sampel 98	4	3	4	4	15
Sampel 99	4	4	3	4	15
Sampel 100	4	3	4	4	15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Responden	Pembelian Ulang (Y)					Total Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
Sampel 1	5	3	3	4	5	20
Sampel 2	5	5	5	5	5	25
Sampel 3	1	2	1	1	1	6
Sampel 4	5	5	4	4	5	23
Sampel 5	5	5	4	5	5	24
Sampel 6	3	4	4	5	3	19
Sampel 7	4	4	4	4	4	20
Sampel 8	3	3	3	3	4	16
Sampel 9	5	5	5	3	3	21
Sampel 10	5	5	5	3	5	23
Sampel 11	3	3	3	3	5	17
Sampel 12	4	4	4	3	3	18
Sampel 13	5	5	5	4	5	24
Sampel 14	4	4	4	4	4	20
Sampel 15	4	4	3	3	4	18
Sampel 16	4	4	3	3	3	17
Sampel 17	3	3	2	2	2	12
Sampel 18	5	4	4	4	4	21
Sampel 19	5	5	5	5	4	24
Sampel 20	4	5	5	4	5	23
Sampel 21	5	3	3	3	3	17
Sampel 22	3	4	4	5	3	19
Sampel 23	4	4	4	4	4	20
Sampel 24	4	4	4	5	4	21
Sampel 25	4	4	4	4	3	19
Sampel 26	4	5	5	4	4	22
Sampel 27	4	5	4	4	5	22
Sampel 28	4	4	5	4	4	21
Sampel 29	4	4	3	3	4	18
Sampel 30	5	5	5	5	3	23
Sampel 31	5	5	5	5	5	25
Sampel 32	4	4	4	4	3	19
Sampel 33	4	5	4	4	4	21
Sampel 34	5	4	4	4	3	20
Sampel 35	4	3	2	4	2	15
Sampel 36	5	5	5	5	5	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel 37	2	4	4	4	5	19
Sampel 38	5	4	4	4	5	22
Sampel 39	5	5	5	5	5	25
Sampel 40	5	3	3	3	3	17
Sampel 41	2	3	4	3	2	14
Sampel 42	3	2	3	3	3	14
Sampel 43	4	3	4	3	4	18
Sampel 44	4	4	4	4	3	19
Sampel 45	4	3	3	4	4	18
Sampel 46	2	2	3	4	4	15
Sampel 47	3	2	4	4	5	18
Sampel 48	4	3	4	4	4	19
Sampel 49	4	4	4	4	5	21
Sampel 50	4	4	4	4	1	17
Sampel 51	5	5	4	4	5	23
Sampel 52	3	4	4	4	4	19
Sampel 53	4	4	4	4	5	21
Sampel 54	5	5	5	5	5	25
Sampel 55	3	3	3	3	4	16
Sampel 56	4	4	4	4	4	20
Sampel 57	1	3	5	5	2	16
Sampel 58	4	4	4	4	4	20
Sampel 59	3	3	3	3	3	15
Sampel 60	5	4	5	5	5	24
Sampel 61	2	2	2	3	4	13
Sampel 62	5	5	5	5	3	23
Sampel 63	4	4	4	4	4	20
Sampel 64	4	4	3	3	3	17
Sampel 65	4	4	4	4	5	21
Sampel 66	5	4	4	4	4	21
Sampel 67	5	5	5	5	5	25
Sampel 68	4	4	5	4	5	22
Sampel 69	4	4	5	4	4	21
Sampel 70	3	3	3	3	4	16
Sampel 71	3	3	3	3	4	16
Sampel 72	3	4	3	4	4	18
Sampel 73	3	3	4	3	4	17
Sampel 74	4	4	4	4	5	21

Sampel 75	4	4	3	4	5	20
Sampel 76	4	4	3	4	4	19
Sampel 77	5	4	4	4	4	21
Sampel 78	4	4	3	4	5	20
Sampel 79	4	4	3	4	3	18
Sampel 80	4	4	4	4	4	20
Sampel 81	4	5	4	4	5	22
Sampel 82	4	3	4	3	3	17
Sampel 83	3	3	4	4	5	19
Sampel 84	3	4	3	3	3	16
Sampel 85	4	4	4	4	4	20
Sampel 86	4	5	4	4	2	19
Sampel 87	5	4	5	5	5	24
Sampel 88	4	5	4	5	4	22
Sampel 89	5	5	5	5	5	25
Sampel 90	4	4	5	4	5	22
Sampel 91	4	5	4	4	4	21
Sampel 92	5	5	4	5	5	24
Sampel 93	4	5	4	5	5	23
Sampel 94	5	5	4	4	4	22
Sampel 95	5	5	5	5	5	25
Sampel 96	4	4	4	4	4	20
Sampel 97	4	4	3	4	4	19
Sampel 98	4	4	3	3	4	18
Sampel 99	4	3	4	3	4	18
Sampel 100	4	4	3	4	4	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

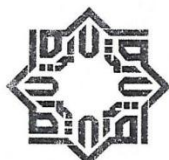


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 P O Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII.I/PP.00.9/1259/2021 Pekanbaru, 17 Februari 2021 M
Sifat : Biasa 5 Rajab 1442 H
Lampiran : -
Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
Yth. **Riki Hanri Malau, SE, MM**
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Zebi Wiranda
NIM : 11771101506
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Ulang pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudarasebagai pembimbingdalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.



an. Dekan
Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Pengembangan Lembaga,

Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti. MS, SE, M. Si, Ak, CA
51112 199903 2 001

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH KOTA PEKANBARU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JL. ARIFIN AHMAD NO. 39 TELP. / FAX. (0761) 39399 PEKANBARU

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 071/BKBP-SKP/1203/2021



- a. Dasar : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.
 4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
 5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- b. Menimbang : Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/40303 tanggal 30 Maret 2021, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

MEMBERITAHUKAN BAHWA :

1. Nama : ZEBI WIRANDA
2. NIM : 11771101506
3. Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU
4. Jurusan : MANAJEMEN
5. Jenjang : S1
6. Alamat : JL. H. IMAM MUNANDAR UJUNG KEL. SIALANG SAKTI KEC. TENAYAN RAYA-PEKANBARU
7. Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU
8. Lokasi Penelitian : KANTOR KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini dibuat.
3. Berpakaian sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 7 April 2021
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
 Kota Pekanbaru

ZULFAHMI ADRIAN, AP, M.Si
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19750715 199311 1 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU
KECAMATAN MARPOYAN DAMAI
KANTOR KELURAHAN TANGKERANG BARAT
JL. GULAMA NO. 04 RT. 02/RW. 09 PEKANBARU KODE POS 28132**

Nomor : 119 / TB - V / 2021
Lamp :
Perihal : Izin Riset / Penelitian

Pekanbaru, 20 Mei 2021

Kepada Yth :

Bapak/Ibu Pimpinan Universitas Islam
Negeri (UIN) Suska Riau

di -

Pekanbaru

Menindaklanjuti surat dari Kecamatan Marpoyan Damai No.100/KMD-PT/074/2021 tanggal 10 April 2021, perihal Izin Riset/Penelitian tentang pelaksanaan pengumpulan data sebagai bahan rekomendasi Pra Riset untuk bahan Skripsi. Dengan ini lurah Tangkerang Barat menyetujui dan memberi izin kepada Mahasiswa/I UIN Suska Riau dengan nama sebagai berikut :

Nama	: ZEBI WIRANDA
NIM	: 11771101506
Fakultas	: Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau
Jurusan	: Manajemen
Jenjang	: S1
judul Penelitian	: Pengaruh kualitas Website dan Kepercayaan terhadap pembelian ulang pada pelanggan E-Commerce Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru

Demikian disampaikan untuk dapat dimaklumi

LURAH TANGKERANG BARAT,

EDI WARDILA, S.Pd., M.Pd
NIP. 19711007 199504 1 001

BIOGRAFI PENULIS



Zebi Wiranda , lahir di Pekanbaru pada tanggal 19 Juni 1998, penulis merupakan anak ketiga dari pasangan Alm. Ayah Yunizar Aziz dan Ibu Raidarlis . Dari empat bersaudara, kakak perempuan bernama Resti Pratiwi, kakak laki laki bernama Arivon Rahmadillah Putra, dan Adek laki laki bernama Rahmat Fadil.

Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah SD 040 Kota Pekanbaru dan tamat pada tahun 2010. Lalu pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 9 Kota Pekanbaru dan menamatkan pada tahun 2013. Lalu penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 10 Kota Pekanbaru dan selesai pada tahun 2016.

Pada tahun 2017, penulis melanjutkan Studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan mengambil Jurusan S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran. Selama masa perkuliahan, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Rumah Sakit AWAL BROS Sudirman Pekanbaru, pada tahun 2020, selanjutnya penulis mengikuti KKN-DR (Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah) selama kurang lebih 2 bulan di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai pada tahun 2020.

Penulis melaksanakan ujian oral Comprehensif pada hari Kamis tanggal 08 Juli 2021 dengan judul Skripsi **“PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN ECOMMERCE SHOPEE DI KELURAHAN TANGKERANG BARAT KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU”** dan dinyatakan lulus dengan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau